



TUGAS AKHIR – RP 141501

**ARAHAN PENGEMBANGAN KAWASAN WISATA
PRIGI BERDASARKAN KONSEP TOURISM
BRANDING**

**JHON JHOHAN PUTRA KUMARA DEWA
NRP 3613 100 078**

**Dosen Pembimbing :
Hertiari Idajati, S.T, M.Sc**

**DEPARTEMEN PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA
Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan
Institut Teknologi Sepuluh Nopember
Surabaya 2017**



TUGAS AKHIR – RP141501

ARAHAN PENGEMBANGAN KAWASAN WISATA PRIGI BERDASARKAN KONSEP TOURISM BRANDING

JHON JHOHAN PUTRA KUMARA DEWA
3613 100 078

Dosen Pembimbing
Hertiari Idajati, S.T, M.Sc

DEPARTEMEN PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA
Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan
Institut Teknologi Sepuluh Nopember
Surabaya 2017

“Halaman ini sengaja dikosongkan”



FINAL PROJECT – RP141501

REFFERALS OF THE PRIGI'S TOURISM AREA DEVELOPMENT BASED ON TOURISM BRANDING

JHON JHOHAN PUTRA KUMARA DEWA
3613 100 078

Promotor
Hertiari Idajati, S.T, M.Sc

DEPARTEMENT OF URBAN AND REGIONAL PLANNING
Faculty of Civil Engineering and Planning
Sepuluh Nopember Institute of Technology
Surabaya 2017

“Halaman ini sengaja dikosongkan”

LEMBAR PENGESAHAN
ARAHAN PENGEMBANGAN KAWASAN WISATA
PRIGI BERDASARKAN KONSEP *TOURISM*
BRANDING

TUGAS AKHIR

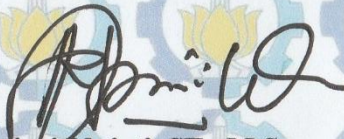
Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Teknik
pada

Departemen Perencanaan Wilayah dan Kota
Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan
Institut Teknologi Sepuluh Nopember

Oleh :

JHON JHOHAN PUTRA K.D
NRP. 3613 100 078

Disetujui oleh Pembimbing Tugas Akhir :


Hertjari Idajati, ST., M.Sc.
NIP. 197802132012122002



SURABAYA, JULI 2017

ARAHAN PENGEMBANGAN KAWASAN WISATA PRIGI BERDASARKAN KONSEP TOURISM BRANDING

Nama : Jhon Jhohan Putra Kumara Dewa
NRP : 3613100078
Departemen : Perencanaan Wilayah dan Kota
Dosen Pembimbing : Hertiar Idajati, S.T, M.Sc

ABSTRAK

Kawasan wisata Prigi. Kawasan wisata Prigi yang didalamnya meliputi 2 pantai yaitu Pantai Karanggongso dan Pantai Prigi. Potensi dari Pantai Prigi dan Pantai Karanggongso dapat dikatakan serupa, meskipun masing-masing pantai memiliki ciri khasnya tersendiri. Pantai Prigi adalah wisata bahari dengan point of view dan berenang, sedangkan potensi dari Pantai Karanggongso meliputi berenang, berperahu, bananaboat dan poin of view. Dimana RTRW Kabupaten Trenggalek 2012-2032 menyatakan bahwa Kabupaten Trenggalek nantinya akan membentuk link wisata nasional dan Kawasan Prigi yang didalamnya termasuk Pantai Prigi dan Pantai Karanggongso/Pasir Putih merupakan salah satu trademark/wisata unggulan namun belum adanya upaya promosi dari pemerintah secara intensif. Dengan melihat potensi dan kebijakan tersebut, satu konsep yang dapat digunakan dalam mengembangkan kawasan wisata Prigi adalah Tourism branding. Dimana Tourism branding adalah rangkaian aktivitas pemasaran yang mencakup dukungan untuk menciptakan gambar grafis dengan tujuan untuk mengenali suatu destinasi, upaya komunikasi yang konsisten mengenai harapan atas pengalaman berkunjung ke destinasi yang dimaksud.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk merumuskan arahan pengembangan kawasan wisata Prigi berdasarkan konsep tourism branding. Tujuan tersebut dapat dicapai melalui sasaran penelitian sebagai berikut : (1) Mengidentifikasi potensi dan masalah kawasan

wisata Prigi berdasarkan konsep tourism branding. Kemudian hasil dari identifikasi tersebut dianalisis menggunakan content analysis ; (2) Menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan kawasan wisata Prigi berdasarkan konsep tourism branding. Untuk mendapatkan faktor-faktor tersebut dilakukan analisis delphi ; (3) Merumuskan arahan pengembangan kawasan wisata Prigi berdasarkan konsep tourism branding. Dalam merumuskan analisis tersebut, dilakukan analisa deskriptif komparatif dimana sasaran 1 dan 2 dibandingkan dengan best practice.

Adapun hasil penelitian ini berupa arahan pengembangan kawasan wisata prigi dari segi brand personality dan brand identifier berupa : (1) Membuat Pelabuhan Perikanan Negeri menjadi salah satu daya tarik dalam menyediakan ikan-ikan segar di Pantai Prigi, (2) Menggunakan secara maksimal dan terjadwal panggung 360 sebagai landmark yang sudah ada, (3) Mengintegrasikan daya tarik wisata alam, daya tarik wisata budaya dan daya tarik wisata buatan, dan (4) Mulai menyusun tagline misalnya “Prigi the hidden Paradise of Java” untuk membranding kawasan wisata.

Kata Kunci : Kawasan wisata Prigi, tourism branding, pengembangan wisata

ARAHAN PENGEMBANGAN KAWASAN WISATA PRIGI BERDASARKAN KONSEP TOURISM BRANDING

NamE : Jhon Jhohan Putra Kumara Dewa
NRP : 3613100078
Departement : Urban and Regional Planning
Promotor : Hertiari Idajati, S.T, M.Sc

ABSTRACT

The tourism area of Prigi. There are two beaches in the tourism area of Prigi, the Karanggongso Beach and Prigi Beach. Both has a similar potention as tourist attraction, however it does have its own unique value. The Prigi beach is a marine tourism spot with great scenery and swimming place as its tourist attraction. Meanwhile, Karanggongso Beach has attracts tourist with the available place of swimming, playing on boat, bananaboat and also its unique scenery. In RTRW (Spatial Plan) of Kabupaten Trenggalek for 2012 till 2032 describes that Kabupaten Trenggalek will create a national tourism link with Prigi's tourism area included Prigi Beach and Karanggongso Beach (well known as Pasir Putih Beach) as one of leading tourism object, however the government has mot given any intensive effort to promote this attraction. Taking into consideration of the potential tourism of Prigi and its policy, then a tourism branding could be implemented in addition to develop the tourism area of Prigi. Tourism branding is a sequence of marketing activities which supports the tourism spot's visually for better knowing of a tourist destination, as an communication effort for inviting people to get certain experience in a particular destination.

This study's purpose is to determine the refferals in developing the tourism area of Prigi based on the tourism branding concept. This purpose can be achived through this study's targets as follow: (1) Identify the potention and problems of Prigi's tourism area based on

tourism branding. The result of this stage will be analyzed through content analysis; (2) Determine the influencing factors in developing Prigi's tourism area based on tourism branding. To find the factors, Delphi analysis is used; (3) Determine the refferals of the Prigi's tourism area development based on tourism branding. In determining the process, it use comparative descriptive analysis where the first and second target of the study will be compared with best pratice.

The result of this study is the refferals of Prigi's tourism area in both brand personality and brand identifier point of view as follow: (1) Make government fishing port as an attraction in providing fresh fish in Prigi Beach, (2) Maximizing the utilization of "Panggung 360" as visible landmark,(3) Intergrated natural tourism attraction, cultural tourism attraction and man-made tourism attraction, also (4) Set a unique tagline for example "Prigi the Hidden Paradise of Java" in addition to bring out the area's image as tourism branding.

Kata Kunci : Kawasan wisata Prigi, tourism branding, pengembangan wisata

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb.

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. atas segala limpahan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan naskah tugas akhir dengan judul “**Arahan Pengembangan Kawasan Wisata Prigi Berdasarkan Konsep *Tourism Branding***” ini dengan tepat waktu. Sholawat serta salam semoga selalu tercurah kepada junjungan kita Raasulullah Muhammad SAW.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan laporan Tugas Akhir ini tidak lepas dari dukungan serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan dan keikhlasan hati, maka pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- Ibu Hertiri Idajati, S.T, M.Sc, sebagai dosen pembimbing yang telah membimbing penyusunan naskah Seminar mulai dari pengembangan ide hingga penulisan.
- Teman-teman PWK ITS angkatan 2013

Penulis menyadari dalam penulisan naskah Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu masukan, saran, dan kritik yang membangun dari berbagai pihak sangat diharapkan untuk pengembangan selanjutnya. Sekian, semoga naskah Seminar ini dapat bermanfaat dan penelitian yang akan dijalankan pada saat Tugas Akhir akan berjalan dengan lancar.

Surabaya, Juni 2017

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan dan Sasaran Penelitian	5
1.4 Ruang Lingkup.....	5
1.4.1 Ruang Lingkup Kawasan	5
1.4.2 Ruang Lingkup Subtansi	6
1.4.3 Ruang Lingkup Pembahasan	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.5.1 Manfaat Teoritis	7
1.5.2 Manfaat Praktis.....	7
1.6 Hasil yang Diharapkan	7
1.7 Sistematika Penulisan.....	7
1.8 Kerangka Berpikir	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Definisi Pariwisata	13
2.2 Komponen Pariwisata	14
2.3 Konsep Tourism Branding	19
2.4 Penelitian Terdahulu	23

2.5	Best Practice	24
2.6	Sintesa Pustaka	26
BAB III METODE PENELITIAN		29
3.1	Pendekatan Penelitian	29
3.2	Jenis Penelitian.....	29
3.3	Indikator, Variabel, dan Definisi Operasional	30
3.4	Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	32
3.5	Metode Pengumpulan Data	37
3.6	Metode dan Teknik Analisis Data.....	38
3.7	Tahapan Penelitian	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		45
4.1	Gambaran Umum Wilayah Perencanaan	45
4.1.1	Lokasi Geografis Kawasan Wisata.....	45
4.1.2	Kependudukan.....	46
4.1.3	Transportasi	46
4.1.4	Utilitas	47
4.1.5	Fasilitas.....	48
4.1.6	Daya Tarik Wisata.....	49
4.1.7	Wisatawan	52
4.1.8	Kelembagaan	52
4.2	Hasil Analisis dan Pembahasan.....	58
4.2.1	Identifikasi Potensi dan Masalah Kawasan Wisata Prigi Berdasarkan Indicator dari Tourism Branding	58
4.2.2	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengembangan Kawasan Wisata Prigi Berdasarkan Konsep Tourism Branding	67
4.2.3	Arahan Pengembangan Kawasan Wisata Prigi Berdasarkan Konsep Tourism Destination Branding..	77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		85

5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN A ANALISIS STAKEHOLDER.....	89
LAMPIRAN B LEMBAR SCREENING RESPONDEN	95
LAMPIRAN C KODING TRANSKRIP WAWANCARA..	120

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Klasifikasi Jenis Pariwisata.....	14
Tabel 2.2	Komponen Pariwisata Menurut Para Ahli	19
Tabel 2.3	Branding Pariwisata	22
Tabel 2.4	Sintesa Pustaka Variabel	26
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel	30
Tabel 3.2	Pemetaan Stakeholder	33
Tabel 3.3	Responden Penelitian	34
Tabel 3.4	Kriteria Informan dalam Penelitian.....	35
Tabel 3.5	Metode Pengumpulan Data	38
Tabel 3.6	Teknik Analisa	39
Tabel 4.1	Jumlah Pengunjung	52
Tabel 4.2	Kode Stakeholder dalam Penelitian	58
Tabel 4.3	Kode Variabel dalam Penelitian.....	58
Tabel 4.4	Potensi dan Masalah Daya Tarik Wisata	59
Tabel 4.5	Potensi dan Masalah pada Variabel Linkage dan Keunikan	62
Tabel 4.6	Potensi dan Masalah pada Variabel Citra	64
Tabel 4.7	Hasil Kuesioner Delphi Tahap I.....	69
Tabel 4.8	Hasil Kuesioner Delphi Tahap II	73
Tabel 4.9	Arahan Pengembangan Kawasan Wisata Prigi	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Kerangka Berpikir Penelitian	9
Gambar 1.2	Peta Ruang Lingkup Wilayah Penelitian.....	11
Gambar 3. 1	Kerangka Perumusan Arahana	42
Gambar 4.1	Tempat Sampah di Kawasan Wisata	48
Gambar 4.2	Pantai Karanggongso.....	49
Gambar 4.3	Destinasi Rumah Apung	50
Gambar 4.4	Panggung 360	51
Gambar 4.5	Larung Semboyo	51
Gambar 4.6	Proses Perumusan Arahana	77

“Halaman ini sengaja dikosongkan”

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kondisi geografis Indonesia yang berbentuk negara kepulauan merupakan potensi bagi pembangunan ekonomi Indonesia. Dengan luas wilayah hampir 70% yang terdiri atas lautan, sektor kelautan dan perikanan, termasuk kegiatan pariwisata bahari di dalamnya, dipandang sebagai sektor andalan utama pembangunan Indonesia (Riyadi, 2004). Melalui pembangunan pariwisata, kehidupan masyarakat dapat meningkat karena adanya penciptaan lapangan pekerjaan, peningkatan pendapatan, serta upaya yang mendorong pemerintah untuk membangun dan memelihara infrastruktur (bappenas.go.id, 6 Desember 2011). Pernyataan ini didukung oleh Wahab dalam Wijaya (2010) yang menyatakan bahwa pariwisata adalah industri yang mampu memacu pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup, serta menjadi stimulus bagi sektor-sektor lainnya karena pariwisata juga merupakan industri yang kompleks. Di sisi lain Menteri Pariwisata Amir Yahya menyatakan meskipun pariwisata bahari di Indonesia memiliki potensi yang tinggi, namun tata kelolanya masih buruk sehingga potensi tersebut tertutupi (Kompas.com, 22 Agustus 2016).

Kabupaten Trenggalek yang terletak di bagian selatan Pulau Jawa adalah salah satu kabupaten di Jawa Timur yang memiliki potensi pariwisata yang tinggi, terutama pariwisata yang mengandalkan kenampakan alam. Kondisi ini dipengaruhi oleh letak geografis Kabupaten Trenggalek yang berada pada daerah perbukitan dan pesisir. Jenis objek wisata yang mendominasi Kabupaten Trenggalek adalah pantai dan goa. Berdasarkan RTRW Kabupaten Trenggalek tahun 2012-2032, jumlah kawasan wisata yang telah ditetapkan berjumlah sebanyak 23 kawasan yang terdiri atas 9 kawasan pariwisata budaya dan 14 kawasan pariwisata alam.

Salah satunya adalah kawasan wisata Prigi, kawasan wisata prigi terletak di Kecamatan Watulimo, Kabupaten Trenggalek. Cakupan kawasan ini meliputi wisata pantai, yaitu Pantai Prigi dan Pantai Karanggongso, hotel, dan Pelabuhan Perikanan Nusantara (Prigi) Pantai Prigi (Dwijayanti dan Hadi, 2014). Berdasarkan RTRW Kabupaten Trenggalek Tahun 2012-2032, Pantai Prigi telah ditetapkan sebagai kawasan pariwisata.

Dalam skala wilayah yang lebih luas, kawasan wisata Prigi merupakan bagian dari Minapolitan Prigi yang berorientasi pada kegiatan perikanan tangkap. Keberadaan objek dan daya tarik wisata ini tentu dimanfaatkan oleh pemerintah daerah untuk meningkatkan perekonomian daerah Kabupaten Trenggalek. Pemerintah Kabupaten Trenggalek sebenarnya sudah mencanangkan untuk meningkatkan pendapatan asli daerah (PAD) dari sektor pariwisata. Pada tahun 2012 target kenaikan PAD asli daerah adalah sebesar Rp 14.000.000.000,00 dari Rp 63.000.000.000,00 pada tahun 2013 menjadi Rp 77.000.000.000,00 (antarajatim, 6 Desember 2012). Selanjutnya pada tahun triwulan I tahun 2015, retribusi yang dipungut dari kegiatan pariwisata di Pantai Prigi bersama dengan Pantai Watulimo memberikan kontribusi sebesar Rp 1.600.000.000,00. Dan angka itu masih tergolong rendah. (Yuli, Kabag Humas Pemkab Trenggalek, 2015).

Pada tahun 2012 jumlah pengunjung Pantai Prigi mencapai 72.846 orang, Karanggongso 245.640 orang. Pada tahun 2013 jumlah pengunjung Pantai Prigi mengalami peningkatan 88.374 orang sedangkan Karanggongso 288.165 orang. Pada tahun 2014 jumlah pengunjung pantai Prigi 82.211 orang sedangkan untuk Karanggongso 337.180 orang. Tahun 2015 jumlah pengunjung Pantai Prigi mencapai 90.251 orang sedangkan Karanggongso 358.590 orang. Lalu pada tahun 2016 jumlah pengunjung Pantai Prigi 77.259 orang sedangkan Karanggongso 393.903 orang (Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, 2017). Berdasarkan fakta tersebut dapat diketahui bahwa tingkat kunjungan antara Pantai Karanggongso dan Prigi terdapat kesenjangan, meskipun kedua pantai tersebut terletak dalam satu

kawasan. Tren pengunjung di Karanggongso cenderung naik tiap tahunnya. Sedangkan untuk Pantai Prigi cenderung naik turun.

Selama ini upaya pengenalan kawasan wisata Prigi sebagai destinasi unggulan Kabupaten Trenggalek masih terbatas. Di tingkat kabupaten, Trenggalek belum memiliki slogan maupun kampanye kreatif kepariwisataan. Salah satu upaya yang dilakukan dalam berbagai keterbatasan adalah penyelenggaraan Prigi Fest. Perayaan ini pertama kali diselenggarakan pada tahun 2015. Agenda Prigi Fest pertama antar lain pameran UMKM (usaha mikro, kecil, dan menengah) milik nelayan, diskusi ekonomi kerakyatan, dan lomba desain miniatur kapal. Pada tahun 2016 perhelatan Prigi Fest kembali digelar untuk kedua kalinya dengan kegiatan serupa (Dinas PU Kab Trenggalek, 2016).

Kawasan wisata Prigi sebagai destinasi wisata bahari juga memiliki tantangan tersendiri dalam pengembangannya. Secara umum, kawasan pesisir dipandang sebagai wilayah yang rentan terhadap perubahan, baik karena sebab alami maupun aktivitas manusia. Perubahan iklim pun berdampak terhadap musim ikan yang semakin berkurang dari tahun ke tahun. Dengan adanya perubahan tersebut, masyarakat Prigi yang berprofesi sebagai nelayan dan kegiatan lain yang terkait dengan perikanan tangkap harus mencari tambahan penghasilan.

Potensi dari Pantai Prigi dan Pantai Karanggongso dapat dikatakan serupa, meskipun masing-masing pantai memiliki ciri khasnya tersendiri. Pantai Prigi adalah wisata bahari dengan *point of view* dan berenang, sedangkan potensi dari Pantai Karanggongso meliputi berenang, berperahu, bananaboat dan *poin of view* (Fadilah dan Suprihardjo, 2016).

Berdasarkan kebijakan dari kepariwisataan Jawa Timur, bahwa kabupaten trenggalek termasuk ke dalam Kawasan Pengembangan Pariwisata (KPP) Koridor Selatan dengan prioritas utama untuk pengembangan wisata alam pantai dan minat khusus. Cita-cita Pemerintah Kabupaten Trenggalek untuk meningkatkan PAD dari Sektor pariwisata serta memperkenalkan Pariwisata Trenggalek dalam tingkat nasional. RTRW Kabupaten Trenggalek 2012-2032 yang

menyatakan bahwa Kabupaten Trenggalek nantinya akan membentuk *link* wisata nasional dan Kawasan Prigi yang didalamnya termasuk Pantai Prigi dan Pantai Karanggongso/Pasir Putih merupakan salah satu trademark/wisata unggulan namun belum adanya upaya promosi dari pemerintah secara intensif.

Dengan melihat potensi dan kebijakan tersebut, satu konsep yang dapat digunakan dalam mengembangkan kawasan wisata Prigi adalah *Tourismbranding*. Dimana *Tourismbranding* adalah rangkaian aktivitas pemasaran yang mencakup dukungan untuk menciptakan gambar grafis dengan tujuan untuk mengenali suatu destinasi, upaya komunikasi yang konsisten mengenai harapan atas pengalaman berkunjung ke destinasi yang dimaksud. Sedangkan *branding* adalah representasi identitas sebuah destinasi yang dapat dikenali oleh konsumen (Peter, 2009). Kawasan Prigi dipilih disamping karena merupakan *trademark* atau tempat wisata unggulan di Kabupaten Trenggalek juga karena memiliki kualifikasi yang harus dimiliki suatu brand yaitu mempunyai kualitas tempat, budaya, dan lokasi yang strategis untuk bisa dipasarkan

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut maka diperlukan suatu penelitian yang mampu menjawab terkait perlunya branding kawasan wisata prigi. Hasil akhir penelitian ini tersebut berupa arahan pengembangan kawasan wisata prigi dengan konsep tourism branding yang dapat digunakan sebagai penambah pengetahuan pariwisata dalam konteks perencanaan wilayah dan kota serta masukan untuk pemerintah setempat dalam merumuskan kebijakan pengembangan dan promosi kawasan wisata prigi.

1.2 Rumusan Masalah

Pariwisata turut menyumbang penghasilan bagi masyarakat di Kawasan Wisata Prigi. Kawasan wisata Prigi merupakan trademark wisata bagi Kabupaten Trenggalek serta ikut serta menyumbang PAD yang paling tinggi dari sektor pariwisata. Sektor Pariwisata juga merupakan sektor yang dikedepankan dibanding sektor yang lain oleh pemerintah Kabupaten Trenggalek. Akan tetapi terjadi kesenjangan

jumlah pengunjung dalam satu kawasan, tren jumlah pengunjung di Pantai Prigi cenderung naik turun, sedangkan tren jumlah pengunjung di Pantai Karanggongso cenderung naik tiap tahun padahal di Pantai Prigi telah diadakan event promosi yaitu *Prigi Fest*. Maka dari itulah perlu adanya branding untuk memasarkan destinasi wisata, sehingga rumusan masalah yang diangkat adalah apa saja potensi dari Kawasan Wisata Prigi serta apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi *tourism branding* di Kawasan Wisata Prigi?

1.3 Tujuan dan Sasaran Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk merumuskan arahan pengembangan kawasan wisata Prigi berdasarkan konsep *tourism branding* yang selanjutnya dijabarkan dalam 3 (tiga) sasaran, yaitu:

- (1) Mengidentifikasi potensi dan masalah kawasan wisata Prigi berdasarkan konsep *tourism branding*
- (2) Mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi pengembangan kawasan wisata prigi berdasarkan konsep *tourism branding*
- (3) Merumuskan arahan pengembangan pariwisata Prigi berdasarkan konsep *tourism branding*

1.4 Ruang Lingkup

1.4.1 Ruang Lingkup Kawasan

Ruang lingkup wilayah pada penelitian ini dibatasi pada kawasan wisata Prigi yang meliputi pantai Prigi, Pantai Karanggongso yang terletak di Kecamatan Watulimo, Kelurahan Tasikmadu, Kabupaten Trenggalek. Dengan Batas wilayah sebagai berikut :

- Utara : Kecamatan Besuki, Kabupaten Tulungagung
- Selatan : Samudera Hindia
- Timur : Kecamatan Besuki, Kabupaten Tulungagung
- Barat : Kelurahan/Desa Karanggandu

1.4.2 Ruang Lingkup Subtansi

Ruang lingkup substansi materi yang dibahas dalam penelitian ini meliputi teori-teori yang digunakan dalam menemukan sasaran yang telah ditentukan. Teori-teori tersebut adalah :

- a. Teori-teori tentang kepariwisataan
- b. Teori-teor tentang *tourism branding*.

1.4.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Ruang lingkup pembahasan yang menjadi pembatas masalah dalam penelitian ini meliputi beberapa aspek terkait pengembangan kawasan wisata prigi yang akan diteliti lebih lanjut. Aspek-aspek tersebut adalah *brand personality*, *brand positioning*, *brand identify*.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah dapat memberikan referensi tambahan dalam disiplin ilmu perencanaan pariwisata berupa pengembangan kawasan dengan konsep *tourism branding*

1.5.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah sebagai masukan bagi pemerintah Kabupaten Trenggalek dalam menyusun perencanaan, pengembangan serta pemasaran kawasan wisata Prigi.

1.6 Hasil yang Diharapkan

Hasil yang diharapkan dari penelitian ini adalah tersusunnya beberapa arahan yang berpengaruh terhadap pengembangan kawasan wisata prigi di Desa Tasikmadu melalui konsep *tourism branding* berdasarkan hasil identifikasi karakteristik dan analisis faktor yang berpengaruh.

1.7 Sistematika Penulisan

BAB I Pendahuluan, Bab ini berisi tentang kerangka pola pikir yang mendasari dilaksanakannya penelitian ini yang meliputi latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan dan sasaran penelitian, ruang lingkup wilayah, ruang lingkup pembahasan, ruang lingkup substansi dan manfaat penelitian secara teoritis dan praktis.

BAB II Tinjauan Pustaka, Bab ini berisi kajian teoritis terkait teori kepariwisataan secara umum, teori *tourism branding* yang menjadi inti bagi teori lainnya sehingga memunculkan suatu sintesis yang menghasilkan indikator dan variabel penelitian.

BAB III Metode Penelitian, Bab ini berisi tentang metode penelitian, pendekatan penelitian mengenai jenis penelitian, metode yang dipilih dalam pengumpulan data, teknik analisis data, serta

tahapan analisis yang digunakan dalam menjawab sasaran penelitian. Pada bab ini juga digambarkan skema proses analisa yang menjadi arah penelitian.

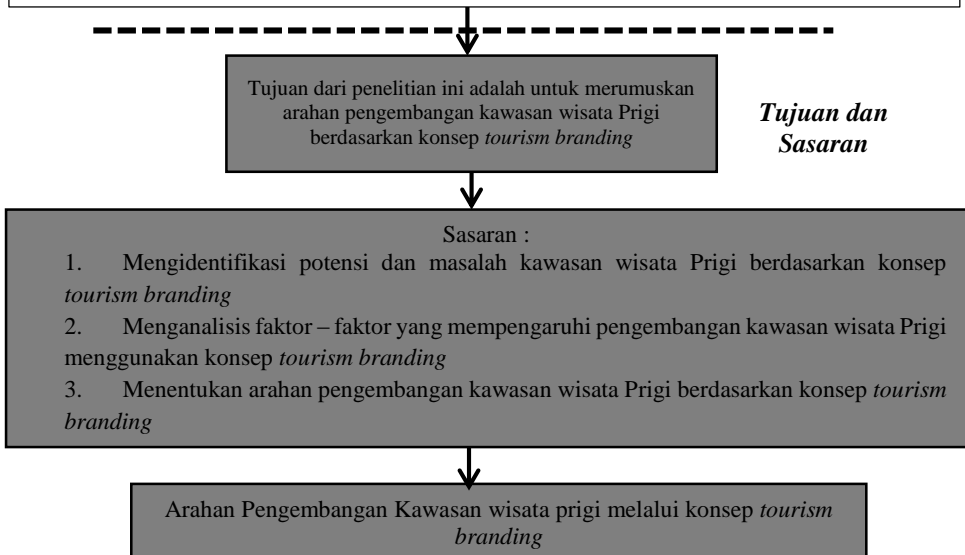
BAB IV Hasil dan Pembahasan, Bab ini berisi tentang gambaran mengenai kondisi eksisting Desa Tasikmadu secara umum yang merupakan wilayah studi dalam penelitian ini serta kondisi kawasan wisata prigi secara khusus yang menjadi fokus pembahasan penelitian. Selain itu bab ini juga dijelaskan secara lengkap mengenai proses analisa beserta hasilnya pada tiap sasaran penelitian hingga menghasilkan arahan pengembangan kawasan wisata prigi yang merupakan tujuan akhir dari penelitian ini.

BAB V Penutup, Bab ini berisi tentang kesimpulan dari seluruh hasil sasaran penelitian yang memiliki keterkaitan antar satu dengan yang lain. Selain itu bab ini juga memberikan rekomendasi secara teoritis maupun praktis.

1.8 Kerangka Berpikir

Latar Belakang

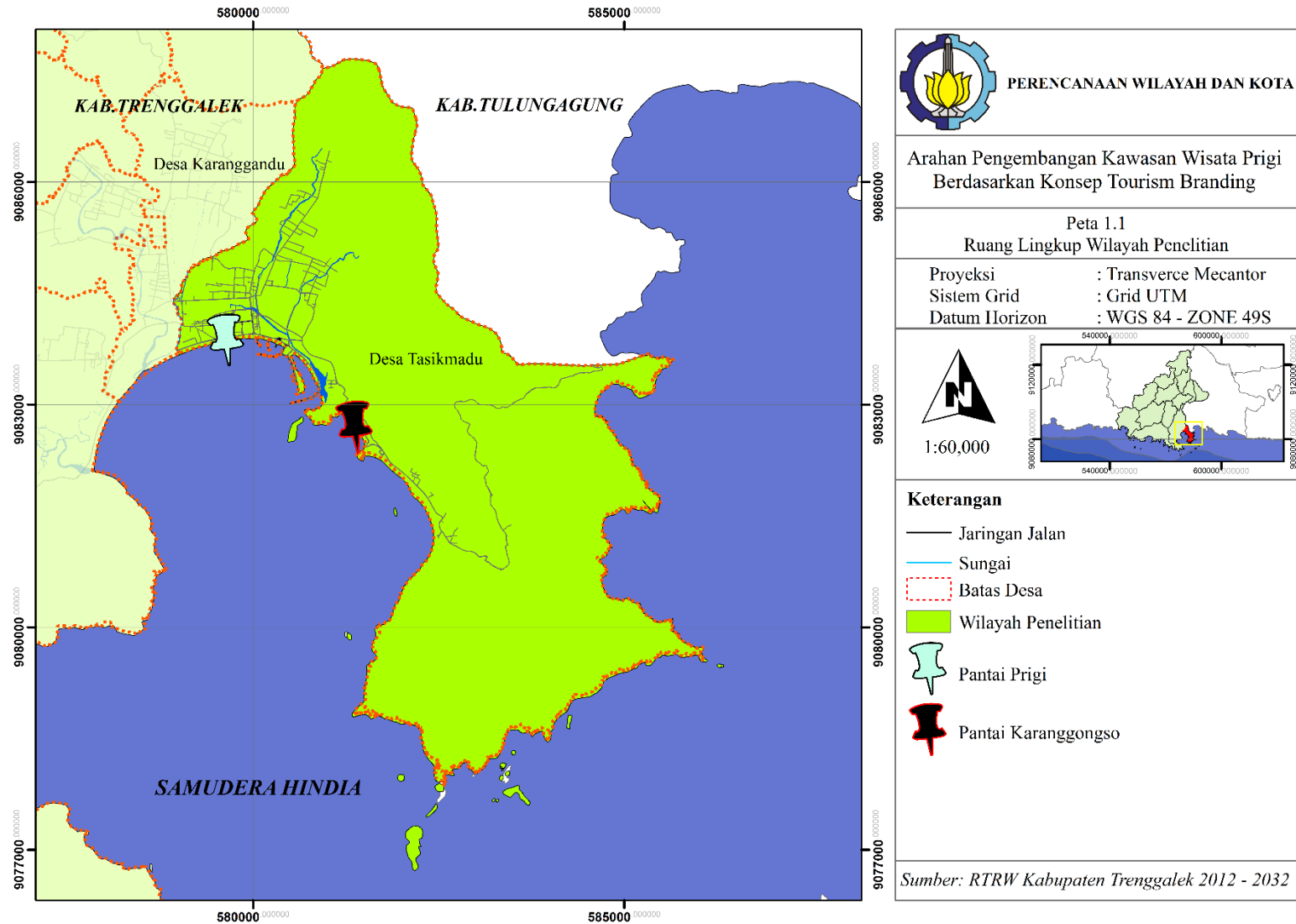
- Pemerintah Kabupaten Trenggalek ingin memperkenalkan Pariwisata Kabupaten Trenggalek ditingkat nasional
- Cita-cita pemerintah Kabupaten Trenggalek ingin meningkatkan PAD dari sektor pariwisata
- Kawasan wisata prigi mempunyai potensi dan merupakan trademark atau wisata unggulan di Kabupaten Trenggalek.
- Terjadi kesenjangan jumlah pengunjung dalam satu kawasan. Tren jumlah pengunjung di Pantai Prigi cenderung naik turun dan jumlah pengunjung jumlahnya jauh apabila dibandingkan Pantai Karanggongso.
- Belum adanya upaya branding, bahkan promosi yang dilakukan oleh pemerintah Kabupaten Trenggalek belum dilakukan secara intensif dan maksimal.



Gambar 1.1 Kerangka Berpikir Penelitian

Sumber : Penulis, 2017

“Halaman ini sengaja dikosongkan”



Gambar 1.2 Peta Ruang Lingkup Wilayah Penelitian

Sumber: Penulis, 2017

“Halaman ini sengaja dikosongkan”

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Definisi Pariwisata

Definisi mengenai pariwisata dikemukakan oleh berbagai sumber. Menurut Undang-undang (UU) No.10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Kemudian menurut Peraturan Presiden (PP) No. 63 Tahun 2014 tentang Pengawasan dan Pengendalian Kepariwisata, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Sebagai kegiatan yang menyangkut hak azasi manusia, Pendit dalam Arista (2011) berpendapat bahwa pariwisata adalah hal yang tidak dapat dipisahkan dari manusia terutama yang menyangkut sosial ekonomi. Pernyataan yang mendukung bahwa pariwisata adalah aktivitas yang bersifat rekreatif terdapat dalam pernyataan Koen Meyers dalam Tarigan yang menyatakan bahwa pariwisata adalah aktivitas perjalanan yang dilakukan oleh sementara waktu dari tempat tinggal semula ke daerah tujuan dengan alasan bukan untuk menetap atau mencari nafkah melainkan hanya untuk memenuhi rasa ingin tahu, menghabiskan waktu senggang atau libur serta tujuan-tujuan lainnya.

Keragaman jenis pariwisata dapat diklasifikasikan menurut bentang alam yang menjadi obyek wisata, jenis kegiatannya, dan lain-lain. Pendhit (1998) mengklasifikasikan wisata menjadi wisata budaya, wisata kesehatan, wisata olahraga, wisata komersial, wisata industri, wisata bahari, wisata cagar alam dan wisata bulan madu.

Tabel 2.1 Klasifikasi Jenis Pariwisata

Jenis Pariwisata	Definisi
Wisata Budaya	Perjalanan yang dilakukan dengan dasar keinginan untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan cara mengadakan kunjungan ke tempat lain atau ke luar negeri, mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan dan adat istiadat mereka, cara hidup mereka, kebudayaan dan seni mereka.
Wisata Kesehatan	perjalanan seseorang wisatawan dengan tujuan untuk menukar keadaan dan lingkungan tempat sehari-hari di mana ia tinggal demi kepentingan beristirahat baginya dalam arti jasmani dan rohani.
Wisata Kesehatan	wisatawan-wisatawan yang melakukan perjalanan dengan tujuan berolahraga atau memang sengaja bermaksud mengambil bagian aktif dalam pesta olahraga di suatu tempat atau Negara
Wisata Komersial	perjalanan untuk mengunjungi pameran-pameran dan pecan raya yang bersifat komersial, seperti pameran industry, pameran dagang dan sebagainya
Wisata Industri	perjalanan yang dilakukan oleh rombongan pelajar atau mahasiswa, atau orang-orang awam ke suatu kompleks atau daerah perindustrian dengan maksud dan tujuan untuk mengadakan peninjauan atau penelitian.

Sumber: Pendhit, 1998

2.2 Komponen Pariwisata

Menurut (Inskeep,1991:38), di berbagai macam literatur dimuat berbagai macam komponen wisata. Namun ada beberapa komponen wisata yang selalu ada dan merupakan komponen dasar dari wisata. Komponen-komponen tersebut saling berinteraksi satu sama lain.

Komponen-komponen wisata tersebut dapat dikelompokkan sebagai berikut :

a. Atraksi dan Kegiatan Wisata

Kegiatan ini dapat berupa semua hal yang berhubungan dengan lingkungan alami, kebudayaan, keunikan suatu daerah dan kegiatan – kegiatan lain yang berhubungan dengan kegiatan wisata menarik wisatawan untuk mengunjungi sebuah objek wisata.

b. Akomodasi

Akomodasi yang dimaksud adalah berbagai macam hotel dan berbagai jenis fasilitas lain yang berhubungan dengan pelayanan untuk para wisatawan yang berniat untuk bermalam selama perjalanan wisata yang mereka lakukan.

c. Fasilitas dan Pelayanan Wisata

Fasilitas dan pelayanan wisata yang dimaksud adalah semua fasilitas yang dibutuhkan dalam perencanaan kawasan wisata. Fasilitas tersebut termasuk tour and travel operations (disebut juga pelayanan penyambutan). Fasilitas tersebut misalnya : restoran dan berbagai jenis tempat makan lainnya, tokotoko untuk menjual hasil kerajinan tangan, cinderamata, toko-toko khusus, toko kelontong, bank, tempat penukaran uang dan fasilitas pelayanan keuangan lainnya, kantor informasi wisata, pelayanan pribadi (seperti salon kecantikan), fasilitas pelayanan kesehatan, fasilitas keamanan umum (termasuk kantor polisi dan pemadam kebakaran), dan fasilitas perjalanan untuk masuk dan keluar (seperti kantor imigrasi dan bea cukai).

d. Transportasi

Meliputi transportasi akses dari dan menuju kawasan wisata, transportasi internal yang menghubungkan atraksi utama kawasan wisata dan kawasan pembangunan, termasuk semua jenis fasilitas dan pelayanan yang berhubungan dengan transportasi darat, air, dan udara.

e. Infrastruktur

Infrastruktur yang dimaksud disini adalah ketersediaan air bersih, listrik, drainase, saluran air kotor, telekomunikasi (seperti telepon, telegram, telex, faksimili, dan radio).

f. Kelembagaan

Kelembagaan dalam hal ini adalah kelembagaan yang diperlukan untuk membangun dan mengelola kegiatan wisata, termasuk perencanaan tenaga kerja dan program pendidikan serta pelatihan; menyusun strategi marketing dan program promosi; menstrukturisasi organisasi wisata sektor umum dan swasta; peraturan dan perundangan yang berhubungan dengan wisata; menentukan kebijakan penanaman modal bagi sektor publik dan swasta; mengendalikan program ekonomi, lingkungan dan sosial kebudayaan.

Pendapat lainnya mengenai komponen pariwisata yakni menurut (*Gunn1995, 57-7*), mengemukakan bahwa komponen dasar pariwisata diantaranya sebagai berikut :

1. Atraksi/daya tarik wisata dikategorikan dalam :
 - a. Sumber daya alam meliputi: air mancur, kolam, sungai
 - b. Sumber daya buatan dan budaya, meliputi arkeologi, sejarah, perdagangan, hiburan, kesehatan, keagamaan, dan olahraga.
2. Akomodasi terdiri dari tempat makan dan minum, tempat belanja, aksesibilitas, pusat informasi, perhotelan, dan lain sebagainya.
3. Transportasi udara, mobil, kereta, kapal dan lain sebagainya.
4. Air bersih pembuangan limbah, kemananan, listrik dan pemadam kebakaran.

Menurut (*Pendit, 1998;8*), mengatakan bahwa komponen dasar pariwisata adalah sebagai berikut :

1. Politik pemerintah, yaitu sikap pemerintah dalam menerima kunjungan wisatawan ke negaranya. Unsur ini terdapat dua bagian yaitu politik pemerintah yang langsung mempengaruhi perkembangan pariwisata di negara tersebut, dan politik pemerintah yang tidak langsung, yaitu keadaan atau kondisi

sosial, ekonomi, dan politik yang secara tidak langsung berpengaruh terhadap perkembangan pariwisata.

2. Perasaan ingin tahu. Dasar yang paling hirarki dimana melahirkan pariwisata merupakan perasaan manusia yang selalu ingin mengetahui segala sesuatu selama hidupnya.
3. Sifat ramah tamah yang merupakan faktor potensial dalam pengembangan pariwisata.
4. Jarak dan waktu (aksesibilitas). Ketepatan, kecepatan dan kelancaran merupakan hal yang dapat mengurangi waktu tempuh yang dipergunakan.
5. Daya tarik merupakan segala sesuatu yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi dan dilihat. Daya tarik ini meliputi keindahan alam, lembah, ngarai, danau,, sungai, air terjun, gua, pantai, dan lain sebagainya.
6. Akomodasi merupakan unsur yang dibutuhkan dan merupakan rumah sementara bagi wisatawan. Akomodasi ini meliputi ; hotel, penginapan, mess, griya wisata, losmen, pondok remaja dan perkemahan.
7. Transpotasi. Syarat-syarat tertentu dalam pengangkutan jalan yang baik lalu lintas yang lancar, alat yang cepat.
8. Harga-harga : dalam menentukan harga-harga, baik itu ongkos transportasi, akomodasi, souvenir dan lainnya tidak melebihi harga standar.
9. Publikasi dan promosi, berupa propaganda yang didasarkan atas rencana atau program yang berkesinambungan.

Kesempatan berbelanja, yaitu kesempatan untuk membeli barang-barang atau oleh-oleh unhtuk dibawa ke tempat asalnya.

Prasiasa (2013) menambahkan komponen citra. Citra menjadi salah satu pendorong bagi wisatawan untuk berkunjung ke destinasi, sehingga untuk memperkuat citra tersebut yang perlu diperhatikan adalah daya dukung, seperti fisik, sosial budaya, ekonomi dan prasarana. Warpani (2007) menyatakan bahwa destinasi wisata hanya mempunyai makna pengembangan wilayah apabila mudah dikunjungi dan memiliki arti bahwa destinasi-destinasi wisata tersebut memiliki tingkat keterhubungan (aksesibilitas) yang tinggi. Aksesibilitas adalah

kemudahan bergerak dari satu daerah ke daerah lain dan sebaliknya. DTW-DTW akan membentuk suatu jaringan pariwisata terpadu memiliki aksesibilitas yang tinggi sehingga daya tarik wisata yang ada dapat dijual. Sedangkan menurut Gunn (2002) yang memandang bahwa suatu destinasi wisata memiliki keterpaduan jika memenuhi lima elemen pokok, yaitu :

1. *Access* (jalur sirkulasi), berupa jalur sirkulasi yang menunjukkan hubungan antar destinasi wisata yang membentuk suatu jaringan.
2. *Gateway* (gerbang/pintu masuk), pintu masuk pariwisata ini dapat melalui darat, air/laut, dan udara.
3. *Attraction Complexes* (kelompok daya tarik wisata), merupakan kelompok obyek untuk dilihat dan dilakukan.
4. *Communities* (masyarakat) seperti penyedia jasa, fasilitas, produk serta pertunjukan yang ditawarkan.
5. *Linkage* (jalur penghubung antar destinasi wisata), Antara pusat pelayanan penunjang dengan kelompok daya tarik wisata.

Tabel 2.2 Komponen Pariwisata Menurut Para Ahli

Inskeep, 1991	Pendit, 1998	Prasiasa, 2013	Gunn, 2002	Warpani, 2007
Atraksi Wisata Akomodasi Fasilitas Infrastruktur Transportasi Kelembagaan	Politik Pemerintah Perasaan ingin tahu Sifat Ramah Tamah Jarak dan Waktu Daya Tarik Akomodasi Harga- Harga Publikasi	Atraksi Destinasi Fasilitas Destinasi Aksesibilitas Citra Harga	Rumpun Daya Tarik Masyarakat Jalur aksesibilitas Jalur hubungan Linkage	DTW memiliki daya tarik wisata Ketersediaan infrastruktur Pengalaman yang berkesan

Sumber : Hasil Sintesis Pustaka, 2017

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, variabel yang relevan dengan branding adalah Daya Tarik, Hubungan Integrasi, Masyarakat, Sifat Ramah Tamah, Jarak dan Waktu, dan Citra.

2.3 Konsep Tourism Branding

Tourism branding adalah sebuah terminologi yang mengakar pada konsep branding yang mana memandang *brand* sebagai suatu hal yang esensial untuk menaksir persepsi konsumen. Pariwisata bukanlah sebuah area studi yang baru, akan tetapi studi mengenai citra destinasi baru dimulai pada era 1970-an dan semakin populer seiring dengan berjalannya waktu (Hull dalam Hosany, 2006). Menurut Kotler dan Ketller dalam Dewi (2011), pada dasarnya branding adalah sebuah sebuah rangkaian aktivitas yang ditujukan untuk menciptakan *brand* yang mencerminkan persepsi dan bahkan pikiran dan perasaan konsumen. Sedangkan dalam konteks pariwisata menurut Blaindck dalam Dewi (2011), branding adalah rangkaian aktivitas pemasaran

yang mencakup dukungan untuk menciptakan gambar grafis dengan tujuan untuk mengenali suatu destinasi, upaya komunikasi yang konsisten mengenai harapan atas pengalaman berkunjung ke destinasi yang dimaksud. Menurut Peter (2009) Branding adalah sebuah representasi identitas destinasi yang dapat dikenali oleh konsumen.

Upaya-upaya branding yang paling lazim meliputi *brandpersonality*, *brandpositioning*, dan *brandidentifiers* (*branddrivers*) (Dewi, 2011). Pertama, *brandpersonality* adalah upaya yang berkaitan dengan upaya spesifik dari sifat manusia yang dimiliki oleh suatu produk maupun jasa. Kedua *brandpositioning*, yaitu citra *brand* yang menunjukkan keunikan suatu *brand* dibandingkan dengan produk-produk lain. Ketiga, *brandidentifier*, yaitu elemen *brand* yang membedakan suatu produk dengan produk lainnya, maupun hal-hal lain yang terasosiasi dengan *brand* tersebut. Komponen yang membentuk berbagai upaya-upaya tersebut pun variatif karena setiap ahli memiliki perspektif yang berbeda mengenai setiap upaya branding. Secara umum, berdasarkan studi yang dilakukan oleh Hankinson (2005), setidaknya ada 5 (lima) atribut *brand* yang terkait dengan branding dalam *leisuretourism*, yaitu ekonomi, lingkungan fisik, aktivitas dan fasilitas, sikap *brand*, dan manusia.

Martin dan Morrison dalam Dewi (2011) memberikan batasan dalam perencanaan dan pariwisata agar tercipta nuansa khusus yang mana meliputi sumber daya manusia dan kontrol kualitas, permintaan yang berfluktuasi sementara penawaran yang bersifat kaku, dampak terhadap masyarakat dan lingkungan, pelibatan institusi non bisnis, koordinasi perencanaan. Setelah ada batasan yang jelas, langkah selanjutnya menurut Meidan dalam Dewi (2011) adalah segmentasi pasar, penentuan pasar sasaran, *positioning* dan *branding*. Dengan adanya segmentasi pasar, maka *stakeholders* yang terlibat dalam penyusunan rencana *tourism branding* dapat merumuskan daya tarik khusus bagi segmen sasaran yang nantinya berdampak terhadap pengembangan tempat dan aktivitas pariwisata. Namun jika tidak ada segmentasi khusus yang dipilih, maka strategi pariwisata massal dapat diterapkan meskipun nantinya orientasi yang dikejar adalah kuantitas kunjungan (Dewi, 2011).

Urgensi dari *tourism branding* sebagai sebuah upaya dalam pengembangan pariwisata dikemukakan oleh beberapa ahli. Ooi (2012) berpendapat bahwa dengan adanya *tourism branding* setidaknya ada 4 (empat) keuntungan yang bisa didapatkan, yaitu: (1) otoritas pariwisata harus mendemonstrasikan kredibilitas dari pesan yang ingin disampaikan serta satu strategi umum untuk mendapatkan citra positif; (2) pengemasan objek dan daya tarik wisata secara selektif dan estetik sehingga dapat menarik perhatian masyarakat secara positif; (3) upaya untuk membuat sebuah objek dan daya tarik wisata terlihat unik di tingkat global; (4) upaya untuk membentuk pengalaman wisata. Pendapat lain dikemukakan oleh Woodland dan Acott (2007) yang menyinggung mengenai peran *tourism branding* sebagai upaya untuk mencapai pembangunan berkelanjutan karena adanya unsur kolaborasi dan kemitraan. Berdasarkan studi yang dilakukan oleh Woodland dan Acott, *tourism branding* pada tingkat lokal adalah sebuah aktivitas *top down* yang mampu menginisiasi jejaring aktivitas akar rumput. Konsep ini mengakar pada pemahaman bahwa dengan adanya *tourism branding* di tingkat lokal maka nilai penjualan produk dan layanan pariwisata, antara lain wahana, jasa boga, dan akomodasi, dapat meningkat. Selain diterapkan di tingkat lokal, Tasci (2011) berpendapat bahwa *branding* adalah sebuah hal kompleks yang dapat diterapkan di tingkat global hingga tingkat operasional sekalipun, tergantung dari entitas geografis. Konsistensi yang tercipta dari setiap tingkatan dapat berpengaruh terhadap sukses atau tidaknya *branding* yang diimplementasikan.

Sebagai sebuah kegiatan ekonomi yang mana tujuannya adalah untuk mencapai kesuksesan finansial, tentu ada berbagai kriteria yang harus dipenuhi agar upaya *tourism branding* yang dijalankan dapat berhasil. Jika dilihat dari akar konsep branding itu sendiri, hal-hal yang menjadikan sebuah *brand* sukses adalah periklanan, media interaktif, pemasaran secara langsung, dan kapitalisasi perhelatan (Morgan dkk, 2003). Periklanan sendiri sebagai bagian dari strategi branding adalah sebuah hal yang sudah lumrah, mengingat masyarakat awam juga sudah terbiasa dengan ekspos iklan berbagai produk maupun jasa dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Ooi (2012),

sukses atau tidaknya *tourism branding* bergantung pada 2 (dua) hal, yaitu: (1) jenis sumberdaya yang tersedia ; (2) sikap masyarakat lokal terhadap pariwisata serta dukungan politik yang mampu mendorong keterlibatan antar *stakeholders*.

Menurut Gelder dalam Laksana (2015) upaya branding bisa dilakukan dengan banyak cara, akan tetapi yang umum dilakukan adalah dengan menentukan *brand personality*, *brand positioning* , dan *brand identifier*. Sedangkan untuk unsur yang termasuk dari *Brand Personality* adalah : a. Ritual (diasosiasikan menurut kejadian tertentu) b. *heritage of good*, kemudian untuk *brand positioning* dikaitkan dengan elemen *unieqly* (berbeda dengan pesaing), dan untuk *brand identifier* dikaitkan dengan *verbal* (Nama brand, uraian produk, istilah, positioning tagline) serta *visual* (logo dan kemasan)

Tabel 2.3 Branding Pariwisata

Dewi, 2010	Hankinson, 2005	Ooi, 2012
Brand Personality (Merupakan tahanan perkembangan merek, yang berarti mencerminkan kepribadian.)	Ekonomi	Jenis Sumberdaya yang tersedia
Brand Positioning (keunikan suatu brand dibanding dengan produk-produk lain)	Lingkungan fisik	Sikap masyarakat lokal terhadap pariwisata
Brand Identifier (Citra terhadap merk yang berupa keyakinan atau preferensi terhadap suatu merk)	Aktifitas dan Fasilitas	Dukungan politik
	Sikap brand	
	Manusia	

Sumber : Hasil Sintesis Pustaka, 2017

Dari hasil sintesa pustaka diatas, core inti dari penelitian ini adalah *brand positioning*, *brand personality*, *brand identifier*. Dari variabel

diatas yang relevan masuk kedalam 3 core inti tersebut adalah sebagai berikut :

- (1) Brand Personality : Lingkungan, fisik, jenis SDA, aktifitas.
- (2) Brand Positioning : Keunikan dan berbeda dengan pesaing, Linkage.
- (3) Brand Identifier : Citra atau image (Logo, Uraian Produk, Istilah).

2.4 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu tentang Tourism branding telah dilakukan antara lain oleh Ooi (2012) dan Hall (1999). Dari kedua penelitian terdahulu tersebut dapat dielaborasi bahwa *tourism branding* adalah sebuah upaya bersama yang tidak hanya dirumuskan oleh pemerintah, tetapi juga melibatkan *stakeholder* lain, sebagai mitra. Selain itu, meskipun sudah ada mitra dalam melakukan branding, ternyata penelitian-penelitian tersebut juga menghasilkan temuan bahwa promosi yang layak masih menjadi sebuah masalah.

2.4.1 *Poetic and Politics of Destination Branding: Denmark* (Ooi, 2012)

Pembahasan penelitian ini difokuskan pada unsur *poetic* dan unsur politis branding pariwisata. Selama ini terdapat anggapan bahwa upaya branding pariwisata lebih bernuansa *poetic* atau dengan kata lain branding dilakukan dengan dasar bagaimana citrabrand dan pesan disampaikan serta melupakan urusan sosio kultural. Pendekatan yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah perspektif dialog. Unsur politik dalam branding pariwisata adalah sebuah proses dinamis untuk menarik dukungan dan kerjasama antar pihak yang memiliki kepentingan dalam upaya branding dari agensi pariwisata yang berbeda-beda. Poin-poin utama yang dihasilkan dari penelitian ini ada 2 (dua), yaitu: (1) otoritas branding ingin menggunakan brand untuk menyatukan destinasi tetapi perbedaan ketertarikan dari *stakeholder* pariwisata membuat hal tersebut sulit untuk direalisasikan; (2) ada beberapa perbedaan lingkungan dan kontekstual antara branding korporasi dengan produk non tempat.

2.4.2 Branding, Niche Marketing, and National Image Projection in Central and Eastern Europe (Hall, 1999)

Penelitian yang mengambil lokus di Eropa bagian Tengah dan Timur ini bertujuan untuk menguji hubungan antara *tourism branding*, *nichemarketing*, dan proyeksi citra negara. Hall (1999) berpendapat bahwa ada 3 (tiga) kesulitan yang umumnya dihadapi dalam *tourism branding* yang meliputi dukungan finansial untuk mendukung promosi pemasaran yang layak, tekanan yang dihadapi oleh sektor publik yang berkaitan dengan pasar destinasi untuk mengembalikan timbal balik dalam jangka waktu yang singkat, serta kontrol dari otoritas. Hasil dari penelitian ini adalah apabila sebuah destinasi pariwisata digunakan untuk mencitrakan sebuah negara, maka harus ada koordinasi yang jelas antara aksi dari pemerintah dengan pelaku usaha industri pariwisata.

2.5 Best Practice

2.5.1 City Branding di Surakarta (Praditiya, 2015)

Dalam melakukan city branding Surakarta menggunakan pendekatan 3 core inti *brand personality*, *brand positioning*, *brand identifier*. Sedangkan elemen yang digunakan dalam 3 core inti tersebut adalah :

1. *Brand Personality*
 - a. Ritual (diasosiasikan dengan kejadian tertentu)
 - b. Simbol (daya tarik yang dianggap memiliki nilai tambah)
 - c. *Heritage of good* (keunggulan)
 - d. *The aloof snob* (*City brand* menunjukkan karakter wisatawan)
 - e. *The belonging* (*City Brand* membuat wisatawan merasa menjadi bagian kelompok besar)
 - f. Legenda (sejarah)
2. *Brand Positioning*

- a. *Positioning City Brand* (yang disukai dan dianggap penting di Mata wisatawan)
 - b. *Uniegly & Berbeda* dengan pesaing
 - c. Kelebihan produk
3. *Brand Identifier*
- a. *Brand* (nama brand)
 - b. *Descriptor* (Uraian Produk)
 - c. *Nomenclature* (Istilah)
 - d. *Positioning tagline*
 - e. *Visual* (logo, kemasan)

Awal mulanya berbekal dengan potensi di bidang budaya akhirnya Kota Surakarta membangun branding kota di tahun 2005 dengan tagline “*solo the spirit of java*”. Dengan penerapan *city branding* yang cukup intensif, dampak yang signifikan pun didapat. Salah satu indikatornya adalah jumlah kunjungan wisatawan yang mengalami kenaikan baik wisatawan domestik maupun wisatwan asing.

2.5.2 Branding Pariwisata di Singapura (Singapore tourism board, 2016)

Strategi yang digunakan oleh Singapura untuk memasarkan destinasi wisatanya ada 2 yaitu :

1. *Telling great story of Singapore*

Pada zaman ini dimana konsumen atau pengunjung mempunyai kontrol akses terhadap informasi melalui teknologi, maka dari itu suatu destinasi harus dapat menceritakan kemewahan/kehebatan potensi yang dimiliki dengan baik, supaya kesan yang positif bisa mencapai konsumen atau wisatawan. Pertama untuk menceritakan “*great story*” mereka memerlukan *brand*. Kemudian mereview destinasi wisata mereka dan membentuk *brand* dan mempertimbangkan bagaimana mereka dapat mengadopsi *perspective* yang lebih besar dibalik apek pariwisata.

2. Memberikan apa yang wisatawan inginkan

Untuk menggaet wisatawan, Singapura melakukan kampanye dan mengkonsep *event-event* serta daya tarik wisata menjadi lebih atraktif dengan cara memperhatikan apa yang diinginkan pengunjung. Misalnya menargetkan pengunjung dari India yang cenderung menginginkan *experience* yang lebih ketika liburan dan kualitas liburan. *Campaign* yang diusung Singapura adalah “*The holiday you take home with you*” dimana paket wisata yang ditawarkan sudah berdasarkan apa yang diinginkan oleh wisatawan dari India.

2.6 Sintesa Pustaka

Berdasarkan uraian mengenai konsep pariwisata dan *tourism branding*, maka dapat disarikan menjadi poin-poin penting berikut:

- Pariwisata adalah sebuah kegiatan perjalanan di waktu senggang yang dilakukan oleh individu maupun kelompok dengan tujuan untuk mendapatkan kesenangan maupun pembelajaran.
- *Tourism branding* sebagai area dari studi mengenai pariwisata adalah sebuah upaya untuk mencari dan mempromosikan identitas dari sebuah destinasi pariwisata agar dapat dikenal oleh masyarakat luas sehingga mampu memberikan keuntungan bagi para *stakeholders*, baik pemerintah, pelaku usaha jasa pariwisata, maupun komunitas akar rumput yang berada di kawasan yang menjadi destinasi wisata.

Tabel 2.4 Sintesa Pustaka Variabel

Indikator	Variabel	Sub Variabel
Brand Personality	Daya Tarik	Daya Tarik Alami
		Daya Tarik Buatan
		Daya Tarik Budaya
Brand Positioning	Linkage	Kedekatan dengan ODTW lain

Indikator	Variabel	Sub Variabel
	Keunikan	Keunikan yang berbeda dengan ODTW lain
Brand Identifier	Citra	Image

Sumber: Hasil Sintesis Pustaka, 2017

“Halaman ini sengaja dikosongkan”

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini berlandaskan pada paradigma rasionalistik. Rasionalistik berarti mengedepankan teori dan kebenaran yang berdasarkan pada empiri sensual, etik, logic dan menganggap suatu sebagai nyata bila ada koherensi antara empirik dengan skema rasional.

3.2 Jenis Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk mendeskripsikan, menganalisis, mencatat dan menginterpretasi kondisi yang terjadi atau yang ada di lokasi penelitian. Penelitian deskriptif bertujuan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel lain, Sugiyono (2012:13). Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada. Dalam penelitian kualitatif ini menggunakan metode wawancara, pengamatan, dan pemanfaatan dokumen menurut Moleong dalam Dwi Noviantoro (2014).

Pendekatan kualitatif dalam hal ini sesungguhnya adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data-data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Sehingga data yang dikumpulkan adalah data yang berupa kata/kalimat maupun gambar (bukan angka-angka). Data-data ini bisa berupa naskah wawancara, catatan lapangan, foto, video, dokumen pribadi, memo ataupun dokumen resmi lainnya (Maleong, 1994).

Sedangkan menurut Bogdan dan Taylor (1992) mengatakan bahwa penelitian kualitatif adalah salah satu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan-ucapan atau tulisan dan perilaku orang-orang yang diamati. Dengan pendekatan ini peneliti

dapat memperoleh gambaran yang lengkap dari permasalahan yang dirumuskan dengan memfokuskan pada proses pencarian makna dibalik fenomena yang muncul dalam penelitian, dengan harapan agar informasi yang dikaji nantinya lebih bersifat komprehensif, mendalam, alamiah dan apa adanya.

3.3 Indikator, Variabel, dan Definisi Operasional

Berikut adalah indikator, variabel, beserta definisi operasionalnya yang akan digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

Indikator	Variabel	Sub Variabel	Definisi Operasional
Sasaran 1 : Mengidentifikasi potensi dan Masalah di Kawasan Wisata Prigi			
Brand Personality	Daya Tarik	Daya Tarik Alami	Sumberdaya alami yang ada di Kawasan Wisata
		Daya Tarik Buatan	Daya wisata yang dibuat oleh manusia
		Daya Tarik Budaya	Daya tarik wisata yang mengandung nilai-nilai budaya
Brand Positioning	Linkage	Kedekatan dengan ODTW lain	Jarak dengan ODTW lain disekitar kawasan
	Keunikan	Keunikan yang berbeda dengan ODTW lain	Perbedaan kawasan wisata jika dibandingkan

			dengan ODTW lain
Brand Identifier	Citra	Image	Image (nama brand, logo, uraian produk, Isogan)
Sasaran 2 : Faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan kawasan wisata prigi berdasarkan konsep <i>tourism branding</i>			
Brand Personality	Daya Tarik	Daya Tarik Alami	Sumberdaya alami yang ada di Kawasan Wisata
		Daya Tarik Buatan	Daya Tarik wisata yang dibuat oleh manusia
		Daya Tarik Budaya	Daya tarik wisata yang mengandung nilai-nilai budaya
Brand Positioning	Linkage	Kedekatan dengan ODTW lain	Jarak dengan ODTW lain disekitar kawasan
	Keunikan	Keunikan yang berbeda dengan ODTW lain	Perbedaan kawasan wisata jika dibandingkan dengan ODTW lain
Brand Identifier	Citra	Image	Image kawasan wisata
Sasaran 3 = Sasaran 1 + Sasaran 2			

Sumber: Hasil Analisis, 2017

3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Populasi diartikan sebagai keseluruhan uni analisis yang merupakan sasaran penelitian. Populasi dari penelitian ini merupakan narasumber dari pihak yang memiliki pengaruh, berkepentingan dan memiliki informasi terhadap kawasan wisata prigi. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non probability* sampling, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak berdasar oleh peluang karena populasi tidak diketahui. Teknik *non probability* sampling yang digunakan dalam penelitian melalui *stakeholder analysis*. Stakeholder merupakan pihak yang terkena dampak atas suatu intervensi program, atau pihak yang dapat mempengaruhi atau terpengaruh hasil intervensi program tersebut. Stakeholder bisa merupakan kelompok, perseorangan, maupun institusi.

Analisis stakeholder merupakan alat yang digunakan untuk mempelajari konteks sosial dan kelembagaan dengan cara memisahkan peran *stakeholder*. Dalam penelitian ini analisis *stakeholder* digunakan untuk penentuan pihak yang kompeten, mempunyai informasi yang akurat dan relevansi guna menjawab sasaran 1 dan 2. Di dalam analisis *stakeholder* ada beberapa tahapan untuk mendapatkan stakeholder kunci yaitu :

1. Mengidentifikasi *stakeholder* yang terlibat, dilakukan dengan cara studi literature yang terkait dengan rumusan masalah.
2. Menilai tingkat pengaruh dan tingkat kepentingan dari masing-masing *stakeholder*, dilakukan dengan melakukan pembobotan mulai dari tidak berpengaruh sampai dengan berpengaruh/penting dengan skala 1-5

Tabel 3.2 Pemetaan Stakeholder

	Kepentingan Rendah	Kepentingan Tinggi
Pengaruh Rendah	Kelompok Stakeholder yang tidak diprioritaskan	Kelompok stakeholder yang berkepentingan dan dipertimbangkan
Pengaruh Tinggi	Kelompok stakeholder yang memiliki andil yang besar namun tidak memiliki kekuatan yang besar	Kelompok Stakeholder yang paling diprioritaskan

Sumber: Hasil Analisis, 2017

Sebelum dilakukan analisis pengaruh dan kepentingan *stakeholder*, terlebih dahulu diidentifikasi stakeholder yang memiliki peran, kepentingan dan informasi dalam penelitian ini. *Stakeholder* dalam penelitian ini terdiri dari 2 kelompok yang terlibat, yaitu sebagai berikut :

1. Kelompok (pihak) Pemerintah
 - a. Pemerintah Kabupaten : Badan Perencanaan Daerah Kabupaten Trenggalek
 - b. Pemerintah Kabupaten : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek
2. Kelompok (pihak) Masyarakat
 - a. Komunitas : Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS)

Kemudian setelah identifikasi *stakeholder* tersebut selanjutnya disusun tabel kepentingan dan keterkaitannya dengan kawasan wisata prigi. Hasil analisis memastikan tingkat kepentingan dan keterkaitan stakeholder yang diambil untuk dijadikan responden dalam wawancara dan delphi penelitian ini. Berikut merupakan tabel yang berisi pihak-pihak yang menjadi responden penelitian.

Tabel 3.3 Responden Penelitian

<i>Stakeholder</i>	<i>Posisi Stakeholder</i>	<i>Alasan Pemilihan</i>
Pemerintah		
Badan Perencanaan Daerah Kabupaten Trenggalek	Staff Bidang Budaya	Narasumber dipilih karena sesuai bidang keahliannya yaitu mempunyai tugas pokok menyelenggarakan tugas Badan Perencanaan Pembangunan Daerah di Bidang social dan Budaya (pariwisata, memiliki informasi yang akurat, serta mempunyai tugas pendataan, evaluasi dan monitoring mengenai program pelayanan social budaya.
Dinas Pariwisata dan Kebudayaan	Kepala Bidang Destinasi Wisata	Narasumber dipilih karena sesuai tugasnya yaitu mempunyai tugas melaksanakan perumusan petunjuk teknis fasilitas pengembangan Promosi Daya Tarik Wisata dan Atraksi serta Pengelolaan dan Pengembangan Destinasi Pariwisata.
Masyarakat		
POKDARWIS	Ketua POKDARWIS	Narasumber dipilih karena memiliki tugas pokok dan fungsi

<i>Stakeholder</i>	<i>Posisi Stakeholder</i>	<i>Alasan Pemilihan</i>
		dalam membantu program-program yang dilaksanakan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan di daerah yakni memberikan kenyamanan dan keamanan bagi para wisatawan.

Sumber: Hasil Analisis, 2017

Berikut ini adalah kriteria informan yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 3.4 Kriteria Informan dalam Penelitian

Populasi	Kriteria Informan
Pemerintah	<p>Instansi: Badan Perencanaan Daerah</p> <ul style="list-style-type: none"> • Laki-laki atau perempuan, berusia 30-55 tahun • Sudah tinggal di Kabupaten Trenggalek minimal dalam 5 tahun terakhir • Sudah bekerja pada Bappeda Kabupaten Trenggalek minimal dalam 5 tahun terakhir • Pernah terlibat minimal 1 pekerjaan di bidang pariwisata minimal dalam 5 tahun terakhir • Memiliki pemahaman mengenai perencanaan dan pengembangan pariwisata di Kabupaten Trenggalek
	<p>Instansi: Dinas Pariwisata</p> <ul style="list-style-type: none"> • Laki-laki atau perempuan, berusia 30-55 tahun • Sudah tinggal di Kabupaten Trenggalek minimal dalam 5 tahun terakhir

Populasi	Kriteria Informan
	<ul style="list-style-type: none"> • Sudah bekerja pada Dinas Pariwisata Kabupaten Trenggalek minimal sejak 5 tahun yang lalu • Pernah terlibat dalam perencanaan dan pengembangan pariwisata di Kabupaten Trenggalek
	<p>Instansi: Kecamatan Watulimo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Laki-laki atau perempuan, berusia 30-55 tahun • Sudah tinggal di Kabupaten Trenggalek minimal dalam 5 tahun terakhir • Sudah bekerja pada Dinas Kecamatan Watulimo minimal sejak 5 tahun yang lalu • Pernah terlibat dalam perencanaan dan pengembangan pariwisata di Kabupaten Trenggalek
Masyarakat	<ul style="list-style-type: none"> • Laki-laki atau perempuan, berusia 18-55 tahun • Sudah tinggal di Kecamatan Watulimo, Kabupaten Trenggalek, minimal dalam 5 tahun terakhir • Tergabung dan terlibat aktif dalam kelompok sadar wisata di kawasan wisata Prigi minimal dalam 3 tahun terakhir • Berencana untuk tetap terlibat dalam kelompok sadar wisata yang digeluti saat ini setidaknya hingga 5 tahun yang akan datang

Sumber: Hasil Analisis, 2017

3.5 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah survey primer dan survey sekunder. Survey primer bertujuan untuk melakukan wawancara dengan responden. Sedangkan survey sekunder bertujuan untuk mengumpulkan data-data instansional ataupun dokumen perencanaan pariwisata terkait.

3.5.1 Metode Pengumpulan Data Primer

Data Primer merupakan sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli atau pihak pertama. Data primer digunakan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan riset atau penelitian. Data Primer dalam penelitian ini didapat dari :

- a. Teknik wawancara, merupakan komunikasi yang dilakukan secara personal terhadap pemerintah dan masyarakat yang memberi ataupun menerima pengaruh terhadap pengembangan kawasan wisata prigi. Teknik ini dilakukan untuk mengetahui karakteristik potensi kawasan wisata prigi.
- b. Teknik kuisisioner, merupakan pemberian pertanyaan-pertanyaan kepada responden terpilih berdasarkan arahan penelitian yang ingin dicapai. Dalam peneilitian ini teknik kuisisioner dilakukan kepada masyarakat untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan kawasan wisata prigi.

3.5.2 Metode Pengumpulan Data Sekunder

Data hasil survei sekunder diperoleh dari laporan, dokumen, maupun peta yang sudah tersedia di sejumlah instansi dan literatur terkait. Pengumpulan data sekunder yang dilakukan melalui teknik survei instansional dan survei literatur. Survei instansional merupakan survei dengan obyek instansi atau dinas-dinas yang berhubungan dengan pariwisata di Desa Tasikmadu. Sedangkan survei literatur merupakan survei terhadap pustaka atau litertaaur terkait teori ataupun

kebijakan terkait pariwisata. Berikut merupakan table metode pengumpulan data.

Tabel 3.5 Metode Pengumpulan Data

No	Data	Teknik Survei	Sumber
1	RTRW Kabupaten Trenggalek	Survey Instansional	Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah Trenggalek
2	RIPDA	Survei Instansional	Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek
3	Peta lokasi kawasan pariwisata prigi	Survei Instansional	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Trenggalek
4	Data Jumlah Pengunjung Kawasan Wisata Prigi	Survey Instansional dan survey literature	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Trenggalek
5	Profil Desa Tasikmadu	Survey Instansional	Kantor Desa Tasikmadu

Sumber: Hasil Analisis, 2017

3.6 Metode dan Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik content analysis untuk sasaran 1, Delphi untuk sasaran 2 dan triangulasi untuk sasaran 3. Berikut tabel teknik analisa yang berisikan, berisikan sasaran penelitian, teknik analisis yang digunakan, serta hasil analisa yang diharapkan.

Tabel 3.6 Teknik Analisa

No.	Sasaran	Teknik Analisis	Hasil Analisis
1	Mengidentifikasi potensi dan masalah di kawasan wisata prigi	<i>Content Analysis</i>	Potensi dan Masalah Kawasan Wisata Prigi
2	Mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan kawasan wisata prigi	<i>Delphi</i>	Faktor yang menjadi penentu dalam pengembangan kawasan wisata prigi berdasarkan indikator <i>tourism branding</i>
3	Menentukan arahan pengembangan kawasan wisata prigi berdasarkan konsep <i>tourism branding</i>	Deskriptif Komparatif	Arahan pengembangan kawasan wisata prigi berdasarkan konsep <i>tourism branding</i>

Sumber: Hasil Analisis, 2017

3.6.1 Mengidentifikasi potensi dan masalah kawasan wisata prigi

Untuk mengidentifikasi potensi dan masalah kawasan wisata prigi maka dilakukan *content analysis*. Fungsi dari *content analysis* sendiri adalah menggambarkan karakteristik komunikasi dengan mengajukan pertanyaan apa, bagaimana, dan kepada siapa pesan itu disampaikan. Membuat kesimpulan-kesimpulan, seperti anteseden komunikasi, dengan mengajukan pertanyaan mengapa pesan itu disampaikan, dan membuat kesimpulan-kesimpulan tentang konsekuensi dengan mengajukan apa efek-efek pesan tersebut (Holsti

1969:28). Sedangkan tahapan untuk *content analysis* dimulai dengan menentukan responden yang kompeten untuk digali informasinya, kemudian menentukan pertanyaan-pertanyaan, lalu mewawancari responden terkait pertanyaan-pertanyaan yang sudah disiapkan. Setelah wawancara selesai dan jawaban didapatkan, maka hasil wawancara ditranskripsikan kemudian dilakukan *coding*, dalam *coding* dilakukan pencatatan konteks dan istilah-istilah yang penting. Kemudian, dilakukan klasifikasi terhadap *coding* yang telah dilakukan. Klasifikasi dilakukan dengan melihat sejauh mana satuan makna berhubungan dengan tujuan penelitian.

3.6.2 Analisa faktori-faktor yang mempengaruhi pengembangan kawasan wisata prigi berdasarkan konsep *tourism branding*

Pada analisis sasaran 2 pemilihan responen dilakukan dengan lembar screening responden serta untuk penentuan samplingnya difokuskan kepada informasi yang diperlukan dalam penelitian. Objek atau target yang menjadi sampling adalah yang memiliki kapasitas yang dapat memberikan informasi yang dibutuhkan terkait faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan kawasan wisata prigi. Dalam penentuan sampling kualitatif tidak ada aturan mengenai ukuran dan sample. Analisis delphi dalam penelitian ini melibatkan *stakeholder* sebagai pakar yang memiliki pengaruh, yang nantinya didapatkan consensus kesepakatan terhadap tujuan dari sasaran tersebut. Analisis delphi berfungsi menguji validasi dari faktor-faktor yang telah ditentukan sebelumnya. Analisis delphi merupakan metode evaluasi kualitatif. Untuk langkah-langkah metode delphi akan dijelaskan sebagai berikut :

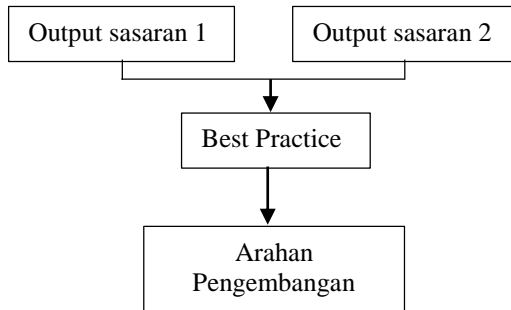
1. Wawancara Stakeholder

Stakeholder yang dimaksudkan disini ialah stakeholder yang telah ditentukan dalam sample penelitian. Wawancara yang dilakukan untuk mengetahui apakah variabel yang telah dirumuskan pada studi literatur dapat dijadikan sebagai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap pengembangan kawasan wisata prigi berdasarkan konsep *tourism branding*.

2. Reduksi dan Tampilan Data Hasil Wawancara
Reduksi data merupakan proses memfokuskan, memilih, menyederhanakan, meringkas dan mentransformasikan data dari transkrip hasil wawancara eksplorasi dengan stakeholders. Dari ringkasan hasil wawancara dan proses reduksi maka didapatkan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap pengembangan kawasan wisata prigi berdasarkan konsep *tourism branding* dari pendapat para responden.
3. Iterasi dan Penarikan Kesimpulan
Iterasi ditujukan untuk memastikan apakah instrumen hasil wawancara sudah tepat ataupun sesuai dengan maksud yang diberikan oleh tiap *stakeholder*. Dari hasil identifikasi instrument berdasarkan opini tiap-tiap stakeholders tersebut kemudian disederhanakan atau dikelompokkan secara substansial. Terhadap instrument lain yang belum disebutkan stakeholders, akan dilakukan pemeriksaan kembali terhadap responden yang lain. Sehingga dapat ditarik kesimpulan apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan kawasan wisata prigi

3.6.3 Arahan Pengembangan kawasan wisata prigi berdasarkan konsep *tourism branding*

Sasaran 3 adalah arahan pengembangan kawasan wisata prigi berdasarkan konsep *tourism branding*. Dalam merumuskan arahan pengembangan kawasan wisata prigi berdasarkan konsep *tourism branding* maka digunakanlah analiisi deskriptif komparatif.



Gambar 3. 1 Kerangka Perumusan Arahan

Sumber: Hasil Analisis, 2017

3.7 Tahapan Penelitian

Penelitian ini dikerjakan dengan sistematis dan dibagi dengan beberapa tahapan pengerjaan. Berikut adalah tahapan pengerjaan tersebut :

3.7.1 Perumusan Masalah

Pada tahap ini peneliti melakukan identifikasi masalah dan pembatasan masalah. Dengan kata lain rumusan masalah merupakan pertanyaan yang lengkap dan rinci mengenai ruang lingkup masalah yang akan diteliti didasarkan atas identifikasi masalah dan pembatasan masalah. Masalah yang telah dirumuskan dengan baik tidak hanya membantu memusatkan pikiran, sekaligus juga mengarahkan cara berpikir.

Proses perumusan dalam penelitian ini dimulai dari identifikasi potensi kawasan wisata prigi ditinjau dari konsep *tourism branding*, analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan kawasan wisata prigi ditinjau dari *tourism branding*, kemudian penentuan arahan pengembangan kawasan wisata prigi ditinjau dari *tourism destination branding*.

3.7.2 Studi Literatur

Studi literatur dilakukan guna mengumpulkan dan mengelompokkan informasi yang terkait dengan penelitian berupa

konsep, teori serta hal-hal lainnya yang relevan. Sumber-sumbernya berupa jurnal, buku, internet, dan lain-lain. Dari hasil studi literatur didapatkan konsep-konsep yang berkaitan dengan teori *tourism branding*, pengertian, dan faktor-faktor. Kemudian dilakukan kajian literatur untuk menemukan indikator dan variabel penelitian yang berkaitan dengan *tourism branding*.

3.7.3 Pengumpulan Data

Data merupakan sumber input yang penting dalam penelitian. Kelengkapan, keakuratan, dan rasionalitas sangat mempengaruhi proses analisa dan hasil penelitian. Karenanya proses penghimpunan data harus benar-benar memperhatikan tata cara yang digunakan dan instrumen terkait. Kebutuhan data disesuaikan dengan variabel yang digunakan dalam penelitian.

3.7.4 Analisa dan Hasil Pembahasan

Pada tahap analisa digunakan pendekatan teoritis dengan menggunakan teknik analisa konten pada sasaran 1, teknik Delphi pada sasaran 2, dan Triangulasi untuk sasaran 3. Sebelum menggunakan teknik analisa dilakukan pemilihan stakeholder dengan analisa stakeholder dan ditunjang dengan lembar screening responden supaya informasi yang didapat nantinya tidak asal dan tepat sasaran.

3.7.5 Penarikan Kesimpulan

Kemudian tahap terakhir dalam kegiatan penelitian adalah penarikan kesimpulan. Pada tahap ini hasil analisis yang didapatkan akan disimpulkan menjadi sebuah jawaban penelitian atas perumusan masalah yang telah ditentukan di awal. Kesimpulan tersebut akan diusulkan menjadi arahan pengembangan kawasan wisata prigi yang merupakan keluaran akhir yang diharapkan dalam penyusunan peneliti.

“Halaman ini sengaja dikosongkan”

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Wilayah Perencanaan

4.1.1 Lokasi Geografis Kawasan Wisata

Pantai Prigi dan Karanggongso merupakan Kawasan Wisata yang terletak Kelurahan Tasikmadu, Kelurahan Tasikmadu merupakan salah satu kelurahan yang ada di Kecamatan Watulimo, Kabupaten Trenggalek. Secara geografis Kelurahan/Desa Tasikmadu terletak pada -8.296913, 111.741926. Desa tasikmadu berada di ketinggian 7 -573m dari permukaan laut. Batas-batas daerahnya meliputi :

- Utara : Kecamatan Besuki, Kabupaten Tulungagung
- Selatan : Samudera Hindia
- Timur : Kecamatan Besuki, Kabupaten Tulungagung
- Barat : Kelurahan/Desa Karanggandu

Desa Tasikmadu memiliki luas 26 Km terdiri dari 3 dusun, 2 RW dan 37 RT.

A. Kondisi Topografi

Berdasarkan topografinya, desa/kelurahan Tasikmadu merupakan perbukitan dan pantai. Mengacu pada hasil survey dan data ketinggian wilayah dapat diketahui bahwa desa Tasikmadu mempunyai topografi Antara 0-50 mdpl.

B. Kondisi Hidrologi

Desa Tasikmadu dilalui oleh 1 (satu) aliran sungai. Sungai tersebut berfungsi mengairi lahan pertanian juga berfungsi sebagai tempat buangan akhir dari limbah dan drainase. Sungai yang melalui Desa Tasikmadu adalah sungai Wancir dengan panjang 5.6 Km.

C. Kondisi Iklim

Iklim yang dimiliki Desa Tasikmadu adalah tropis, sehingga meliputi musim kemarau dan musim penghujan. Berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS), menunjukkan bahwa rata-rata curah hujan rendah untuk periode Januari-Desember,

sedangkan untuk bulan Mei (musim kemarau) terjadi rata-rata curah hujan tertinggi yaitu 26,57. Hal tersebut juga terjadi pada bulan Januari dan Nopember. Sedangkan curah hujan tertinggi 436 dan rata-rata tertinggi 26.57 terjadi pada Januari dan hujan maksimum mencapai nilai tertinggi pada bulan juli.

4.1.2 Kependudukan

Desa Tasikmadu memiliki jumlah penduduk tertinggi diantara desa/kelurahan lain di Kecamatan Watulimo, jumlah penduduk di Desa Tasikmadu adalah 10.374 jiwa dari 64.694 jiwa total penduduk yang ada di Kecamatan Watulimo. Terdiri dari 2.225 rumah tangga, 2.095 laki-laki dan 3.201 perempuan dengan sex ratio 1,034.

4.1.3 Transportasi

Jaringan jalan di Desa Tasikmadu terbagi menjadi jaringan jalan internal dan eksternal. Untuk Eksternalnya mengikuti pola jaringan kecamatan.

a. Jaringan Jalan Utama Eksternal

Jaringan jalan eksternal mempunyai pola jaringan linier yang termasuk dalam jaringan utama eksternal adalah :

- Barat – Timur : Watulimo – Munjungan
- Utara – Selatan : Watulimo – Pogalan – Trenggalek

b. Jalan Utama Internal

Jaringan jalan utama internal terdiri dari jalan yang menghubungkan antar desa, antar permukiman satu dengan permukiman yang lain, menghubungkan permukiman dengan pusat kegiatan. Pada umumnya jalan utama yang menghubungkan antar desa masih menggunakan jaringan jalan eksternal, hal tersebut disebabkan karena kondisi jaringan jalan serta kelengkapan jalan itu sendiri. Untuk akses menuju Kawasan wisata prigi dapat dicapai melalui IKK (Ibu Kota Kecamatan) Bandung (Kabupaten Tulungagung). Kemudian dari IKK (Ibu Kota Kecamatan) dapat menempuh jarak kira-kira 30 KM menuju kawasan wisata. Sedangkan

untuk jarak objek wisata dari Ibu Kota Kecamatan Watulimo, pantai prigi sejauh 5 km dan pantai karanggongso sejauh 8km.

Kondisi dan dimensi jalan di Desa Tasikmadu mempengaruhi aksesibilitas menuju Pantai Prigi dan Karanggongso. Kondisi jalan yang terdapat di Desa Tasikmadu ditinjau berdasarkan :

- a. Kondisi jalan, dalam hal ini dibedakan menjadi kondisi baik, kondisi sedang/rusak sebagian, dan kondisi rusak/hampir keseluruhan rusak. Jalan yang ada di Desa Tasikmadu sebagian besar dalam kondisi baik, jalan di seitar Pantai Prigi dan Karanggongso pun dalam kondisi baik.
- b. Jenis perkerasan yang dibedakan menjadi perkerasan paving, aspal, daln macadam.

Jaringan jalan di Desa Tasikmadu sebagian besar sudah memiliki perkerasan aspal, termasuk jalan akses menuju Pantai Prigi dan Karanggongso. Sedangkan jalan dengan perkerasan paving dapat ditemui di beberapa permukiman.

4.1.4 Utilitas

a. Listrik

Sudah semua rumah atau permukiman warga dijangkau oleh jaringan listrik tak terkecuali. Disamping itu terdapat saluran udara tegangan rendah yang menyalurkan listrik ke setiap rumah melalui sambungan rumah.

b. Air Bersih

Mengenai pemenuhan kebutuhan Air Bersih di Desa Tasikmadu, sebagian besar wilayah desa sudah terlayani oleh jaringan air PDAM. Untuk area Pantai Prigi dan Karanggongso juga termasuk yang sudah terlayani oleh jaringan PDAM.

c. Telepon

Fasilitas telekomunikasi merupakan salah satu fasilitas yang sangat berperan penting dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Di Desa Tasikmadu sendiri sudah terlayani jaringan utilias berupa saluran telepon, baik telepon pribadi maupun telepon selular. Area Pantai

Karanggongso dan Prigi juga termasuk di dalamnya yang sudah terlayani oleh jaringan telepon.

d. Persampahan

Sistem pengolahan sampah di Desa Tasikmadu di kelola oleh Dinas Pekerjaan Umum dan Perkimsih. Di Kawasan Wisata sendiri telah disediakan tempat sampah yang nantinya akan diangkut secara berkala.



Gambar 4.1 Tempat Sampah di Kawasan Wisata

Sumber : hasil observasi, 2017

4.1.5 Fasilitas

a. Parkir

Tempat parkir sudah tersedia di Kawasan Wisata Prigi, akan tetapi untuk yang karanggongso terkadang saat event tertentu misalnya hari raya tidak cukup untuk menampung jumlah kendaraan.

b. Akomodasi

Fasilitas akomodasi yang tersedia di kawasan wisata ada 2 yaitu Hotel Logano yang berada di Pantai Karanggongso Watulimo dan Hotel Prigi yang berada di Pantai Prigi.

c. Keamanan

Fasilitas keamanan merupakan fasilitas pelayanan sosial yang memberikan jaminan keselamatan bagi masyarakat. Dengan demikian fasilitas keamanan memiliki peran penting dalam mewujudkan ketertiban dan kenyamanan bagi wisatawan lokal. Fasilitas keamanan

yang ada yaitu polsek watulimo yang melayani tidak hanya kawasan wisata saja namun satu kecamatan.

d. Kesehatan

Fasilitas kesehatan yang melayani kawasan prigi berupa puskesmas tingkat kelurahan. Apabila ada pengunjung terluka atau cedera maka akan dilarikan kepuskesmas tersebut.

4.1.6 Daya Tarik Wisata

Daya tarik merupakan elemen atau komponen yang penting dalam pariwisata, fungsi dari daya tarik wisata adalah kepada kesan kepada pengunjung dan untuk menarik pengunjung pada kawasan wisata.

a. Daya Tarik Alami

Daya tarik alami yang ditawarkan pada kawasan wisata adalah berupa *point of view* atau pemandangan alam yang indah, air lautnya yang jernih, ombak tidak terlalu besar karena letak kawasan wisata berada pada teluk serta suasana teduh area pantai.



Gambar 4.2 Pantai Karanggongso

b. Kegiatan Wisata

Karena dalam satu kawasan terdapat 2 pantai, kegiatan wisata yang dapat dilakukan juga berbeda-beda. Di Pantai Prigi pengunjung dapat melakukan jogging, volley pantai, berjemur dan camping. Untuk di Pantai karanggongso kegiatan wisata yang dapat dilakukan adalah menikmati ikan segar dan berenang.

c. Daya Tarik Wisata Buatan

Daya tarik wisata buatan yang ada disana adalah berupa sarana volley pantai, panggung 360 yang digunakan untuk pagelaran foto maupun pagelaran seni dan budaya, fasilitas hiburan seperti banan banana boat dan berperahu, rumah apung yang dapat digunakan untuk *snorkling* pada kolam ditengah rumah apung tersebut, pusat kios-kios kerajinan masyarakat.



Gambar 4.3 Destinasi Rumah Apung
Sumber : Setdahumas Kabupaten Trenggalek



Gambar 4.4 Panggung 360

d. Daya Tarik Wisata Budaya

Daya tarik budaya yang ada di kawasan wisata adalah upacara petik laut dan larung semboyo yang diadakan setiap setahun sekali, ada prigi fest yaitu acara pagelaran seni dan budaya yang juga berguna sebagai sarana promosi kawasan wisata prigi, lomba kerajinan kapal saat prigi fest, serta peragaan busana batik saat prigi fest.



Gambar 4.5 Larung Semboyo

e. Jaringan Perbankan

Fasilitas perbankan dan keuangan sangat penting dalam pengembangan wisata karena merupakan fasilitas pemenuhan kebutuhan manusia dalam melakukan perbelanjaan. Fasilitas perbankan yang telah ada disekitar kawasan wisata antara lain BTN, BRI, BNI dan bank Mandiri.

f. Restoran dan Rumah makan

Fasilitas rumah makan merupakan fasilitas penyedia kebutuhan pangan yang mampu menjadi daya tarik wisata suatu daerah jika dilihat dari kekhasaan kuliner yang ditawarkan. Terdapat sekitar 5 warung makan milik warga di kawasan wisata yang menjual berbagai makanan dan minuman.

4.1.7 Wisatawan

Wisatawan yang berkunjung pada kawasan wisata didominasi oleh masyarakat dari luar Kecamatan Watulimo dan bahkan dari luar Kabupaten Trenggalek. Biasanya wisatawan yang datang adalah pelajar dan keluarga, ada pula mahasiswa berkunjung untuk melakukan penelitian. Sedangkan untuk jumlah pengunjung Kawasan wisata prigi (Pantai Karanggongso dan Pantai Prigi) memiliki jumlah pengunjung tertinggi di Kabupaten Trenggalek.

Tabel 4.1 Jumlah Pengunjung

Pantai	2012	2013	2014	2015	2016
Karanggongso	245.640	288.165	337.180	358.590	393.903
Prigi	72.846	88.374	82.211	90.251	77.258

Sumber : Dinas Pariwisata & Kabupaten Trenggalek

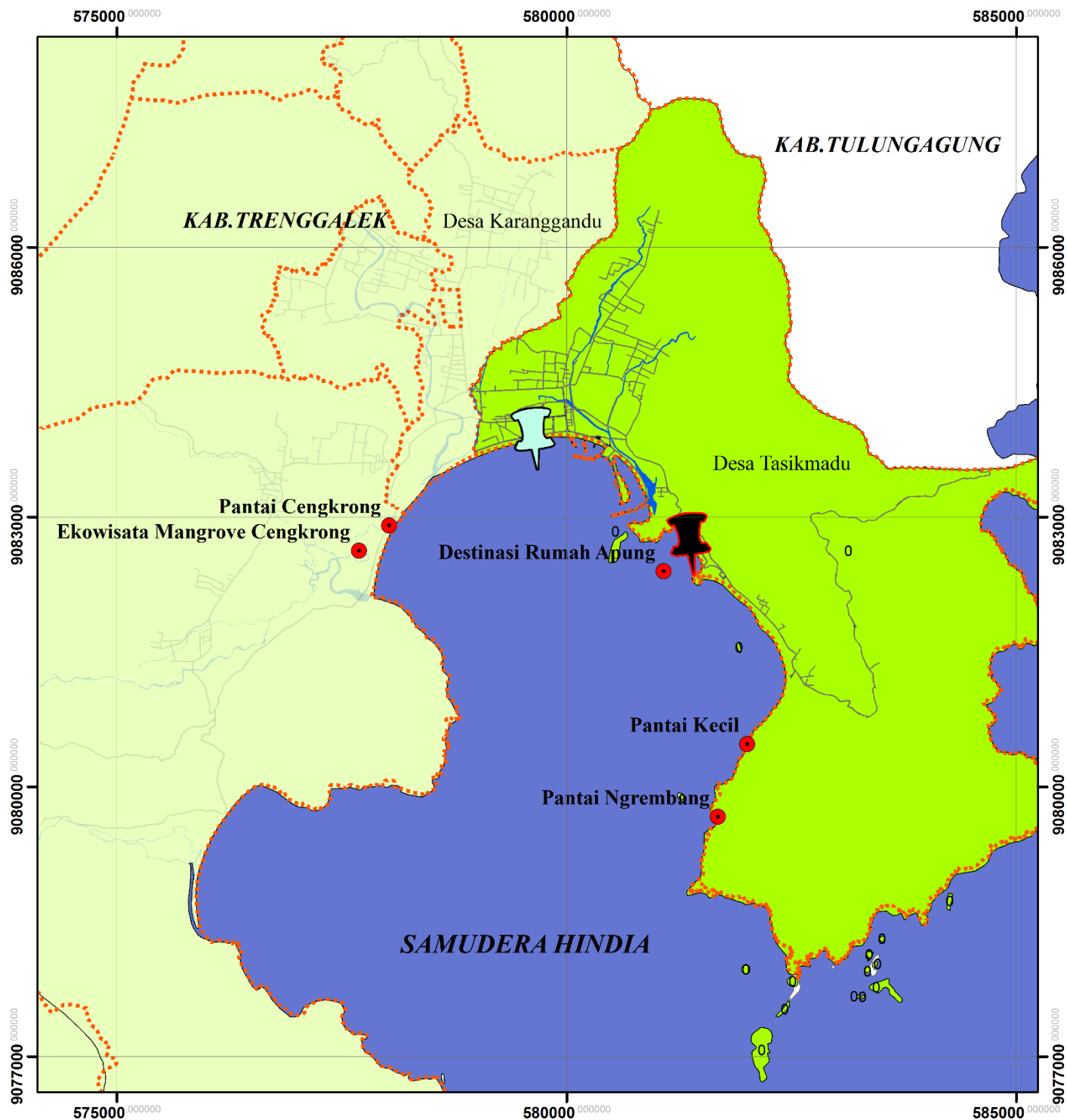
4.1.8 Kelembagaan

Pengelola dari kawasan wisata Prigi dan Karanggongso ada 2, dari pihak pemerintah pengelolanya adalah Dinas Pariwisata & Kebudayaan kemudian dari Masyarakat ada POKDARWIS. Guna dari pengelola ini salah satunya adalah melakukan penataan kios-kios liar yang ada di Kawasan Wisata. Setiap minggu pagi jam 08.00 diadakan kumpul keanggotaan untuk membayar sewa lahan sebesar 2.500/m/bulan kepada dinas pariwisata, kemudian dari dinas pariwisata di share bagi hasil kepada perhutani, karena sebagian lahan merupakan milik perhutani.

4.1.9 Kedekatan dengan ODTW lain

Lokasi kawasan wisata prigi sangat strategis dekat dengan ODTW lain. ODTW terdekat dengan pantai prigi yaitu pantai cengkong, pantai bangkongan, pantai lowo, dan pantai ngrembang. Berikut peta kedekatan beberapa ODTW lain dengan Kawasan Prigi..

“Halaman ini sengaja dikosongkan”



PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA

Arahan Pengembangan Kawasan Wisata Prigi Berdasarkan Konsep Tourism Branding

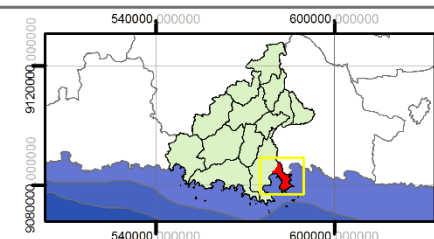
Peta 4.1

Kedekatan Dengan ODTW Lain

Proyeksi : Transverse Mercator
Sistem Grid : Grid UTM
Datum Horizon : WGS 84 - ZONE 49S



1:60,000



Keterangan

- Jaringan Jalan
- Sungai
- - - Batas Desa
- Wilayah Penelitian
- Pantai Prigi
- Pantai Karanggongso

Sumber: RTRW Kabupaten Trenggalek 2012 - 2032

“Halaman ini sengaja dikosongkan”

4.1.10 Keunikan yang berbeda dengan ODTW lain

Perbedaan kawasan wisata prigi jika dibandingkan dengan kompetitor atau objek wisata lain adalah salah satunya letaknya berdekatan dengan PPN (Pelabuhan Perikanan Negeri) yang memungkinkan wisatawan mendapatkan ikan segar secara langsung untuk dikonsumsi dengan cara dibakar dan diolah dulu disana maupun sebagai oleh-oleh. Keunikan lain adalah kawasan wisata prigi sudah mempunyai landmark yaitu panggung 360 yang dapat digunakan untuk berbagai macam kegiatan. Lalu kawasan wisata prigi mempunyai pantai yang luas dan indah, jika dibandingkan dengan objek wisata serupa pantai selatan, kawasan wisata prigi punya keunggulan yaitu ombaknya kecil padahal umumnya pantai selatan memiliki ombak yang besar. Disamping itu kawasan wisata prigi memenuhi unsur daya tarik yang beragam yaitu daya tarik budaya, alami, dan buatan yang tidak dimiliki oleh kawasan ataupun ODTW lain yang serupa.

4.2 Hasil Analisis dan Pembahasan

4.2.1 Identifikasi Potensi dan Masalah Kawasan Wisata Prigi Berdasarkan Indicator dari *Tourism Branding*.

Dalam melakukan proses analisa untuk mengidentifikasi potensi kawasan wisata prigi berdasarkan indicator dari *tourism branding* dilakukan in depth interview dan dianalisis menggunakan content analysis. In depth Interview dilakukan dengan beberapa responden sebagai berikut :

Tabel 4.2 Kode Stakeholder dalam Penelitian

Kode stakeholder menunjukkan *stakeholder*

Huruf	Angka	Warna	Stakeholder
B	1		Bappeda
P	1		Dinas Kebudayaan dan Pariwisata
K	1		Pokdarwis

Maka Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dikodekan **P1**

Sumber : Penulis, 2017

Tabel 4.3 Kode Variabel dalam Penelitian

Kode untuk menunjukkan indikator dari *tourism destination branding*.

Variabel	Sub Variabel	Kode	Warna
ASPEK BAHASAN: BRAND PERSONALITY			
Daya Tarik Wisata	Daya Tarik Wisata Alami	A1	
	Daya Tarik Wisata buatan	A2	
	Daya Tarik Wisata Budaya	A3	
ASPEK BAHASAN: BRAND POSITIONING			
Linkage	Kedekatan dengan ODTW lain	B1	
Keunikan	Keunikan ya berbeda dengan ODTW lain	B2	
ASPEK BAHASAN: BRAND IDENTIFIER			
Citra	Image	C1	

Sumber : Penulis, 2017

Contoh :

A1: Menunjukkan penjelasan variabel Daya Tarik Wisata Alami

1) ASPEK BAHASAN: BRAND PERSONALITY

Dalam aspek ini terdapat variabel yaitu daya tarik wisata. Daya tarik wisata dibagi menjadi 2 yaitu daya tarik wisata alami dan daya tarik wisata buatan. Berikut ini merupakan potensi dan masalah pada variabel daya tarik wisata.

Tabel 4.4 Potensi dan Masalah Daya Tarik Wisata

Sub Variabel	Stakeholder	Indikasi		Gaya Bicara	Penjelas Indikasi	Hasil
		Ya	Tidak			
Daya Wisata (A1)	B1	A1.1		Ada penekanan	Selain itu apa ya, panorama dan lautnya sih mas kalau yang alami dan bisa dinikmati (A1.1)	Potensi daya tarik alami yang ada adalah <ul style="list-style-type: none"> berupa pemandangan alam <i>point of view</i>, ombak yang kecil karena letak kawasan wisata berada di teluk. Mempunyai pasir putih Ombak tenang Karang yang indah Sedangkan untuk permasalahan yang ada adalah, <ul style="list-style-type: none"> kapal-kapal liar yang disandarkan dan menghalangi view pemandangan indah alam. Tempat snorkling hanya di satu tempat.
		A1.1		Datar	Ya kalau misalnya pantai prigi dan karanggongso kan cenderung apa yang kita tunjukkan kan karena laut dan karena ada pantai disitu. Dan kalau untuk daya tariknya sih dia cenderung ke view pantai sih memang (A1.1)	
		A1.2		Meyakinkan	Kapal-Kapal disandarkan secara liar tidak teratur sehingga daya tarik yang tadinya <i>point of view</i> pemandangan alam sedikit terganggu dengan adanya kapal-kapal liar. (A1.2)	
		A1.3		Meyakinkan	Saya rasa daya tarik alaminya juga kurang beragam, di rumah apung sendiri bisa digunakan untuk <i>snorkling</i> di kolam tengahnya akan tetapi hal tersebut akan lebih bagus jika dibuat tidak hanya area rumah apung aja (A1.3)	
	K1	A1.1,		Datar	Di sini itu mayoritas pantai selatan yang bisa untuk renang kan Pasir Putih (A1.1)	
		A1.2		Ragu-ragu kemudian yakin	Pokoknya kalau sini ini ya kalau gelombang kan cuma ya sekedar gini aja mas untuk hal itu, untuk penikmat intinya itu, kalau para pengunjung memang hal-hal yang bisa kita intinya itu untuk refreshing (A1.2)	
		A1.3		Meyakinkan	Pasir putihnya ya ini, kalau sananya itu karang-karang. (A1.3)	
		A1.4		Meyakinkan	Memang dulunya sini ini perkembangan-perkembangan itu ada terumbu karang (A1.4)	
		A1.5		Meyakinkan	Pelampung ada, <i>snorkling</i> itu ada (A1.5)	

Sumber: Hasil Analisis, 2017

		A1.6		Meyakinkan	renang ada, kolam renang ada, tapi bawahnya ada jaringnya, ada pengamannya. <i>Snorkling</i> . Apa buat renang, pokoknya komplit. Yang kalau memang mau renang di luar, di luar jaring, itu ada. Terumbu karang ya ada. Di sana Mas (A1.6)	
Daya Tarik Wisata (A2) Buatan	B1	A2.1		Ada penekanan	Kalau disana itu namanya 360. Itu kayak panggung theater gitu (A2.1)	Potensi Daya tarik wisata buatan yang ada di kawasan wisata adalah <ul style="list-style-type: none"> • sarana volley pantai, • panggung 360 yang digunakan untuk spot foto maupun pagelaran seni dan budaya, • fasilitas hiburan seperti banana boat dan berperahu • rumah apung yang dapat digunakan untuk <i>snorkling</i> di kolam yang ada ditengah • pusat kios-kios kerajinan masyarakat. • Ada potensi penjualan ikan segar saat musim maret • Ikan asap menjadi salah satu daya tarik pengunjung untuk datang • Permasalahan Daya tarik wisata buatan yang ada di kawasan wisata adalah • Rumah apung hanya di satu titik lokasi • Kios-kios tersebut ada yang liar dan tanpa ijin
		A2.2		Meyakinkan	360 itu kayak anu Mas, kayak tempat pertunjukan gitu (A2.2)	
		A2.3		Meyakinkan	Jadi salah satunya juga rumah apung, Rumah apung juga untuk menarik wisatawan (A2.3)	
		A2.4		Meyakinkan	karena itu (panggung 360 dan rumah apung) juga menarik wisatawan juga otomatis menarik opo menambah pendapatan buat mereka. (A2.4)	
		A2.5		Meyakinkan	Kalau yang rumah apung sejauh ini belum ada kritik. (A2.5)	
	P1	A2.1,		Meyakinkan	Kalau di Prigi itu sendiri sebenarnya sudah ada destinasi rumah apung ya (A2.1)	
		A2.2		Meyakinkan	Kalau buatan itu kita di 360 ya dekatnya hotel itu.. ehmmm.. itu kan kita bikin semacam panggung 360 nah itu tujuannya untuk memberikan kesempatan kepada pelaku seni terutama yang ada di sekitar wilayah tersebut misalnya ada semacam budaya yang turun temurun dilestarikan itu bisa melakukan pertunjukan di 360 tersebut bisa di show gitu ya dipertunjukan (A2.2)	
		A2.3		Meyakinkan	Sama volly pantai, Kalau atraksi budaya yang sering diadakan disini adalah festival prigi, festival prigi (A2.3)	
		A2.4		Meyakinkan	ooh itu ada banana boat disana (A2.4)	
	K1	A2.1		Datar	Rumah apung itu memang dari dinas (A2.1)	

Daya Tarik Budaya (A3)	B1	A3.1		Meyakinkan	Pentas seni gitu, terus apa ada kalau di sini jaranan (A3.1)	<p>Potensi Daya tarik budaya yang ada di kawasan wisata prigi adalah</p> <ul style="list-style-type: none"> • upacara petik laut dan larung semboyo yang diadakan setiap setahun sekali. • ada Prigi fest yaitu acara pagelaran seni dan budaya yang juga berguna sebagai sarana promosi kawasan wisata prigi. • Lomba kerajinan pembuatan kapal saat Prigi Fest • Lomba peragaan busana batik saat Prigi Fest • Permasalahan Daya tarik budaya yang ada di kawasan wisata prigi adalah • Informasi kepada wisatawan terkait kegiatan-kegiatan yang ada di Prigi Fest perlu ditingkatkan
		A3.2		Meyakinkan	Pertunjukan seninya juga opo yo kayak larung, larung apa tumpeng gede gitu, nah itu di sana, namanya larung semboyo kalau nggak salah. Namanya kan beda, di Watulimo itu ada syukuran, di Prigi ada larung semboyo. di Munjungan ada jaranan. (A3.2)	
	P1	A3.1		Meyakinkan	dengan adanya Prigi Fest semua itu di kawasan ini semua kesenian bisa dirangkul (A3.1)	
		A3.2		Meyakinkan	ada peragaan busana itu kita tampilkan batiknya (A3.2)	
		A3.3		Meyakinkan	Kalau disana itu sudah ada kerajinan pembuatan miniatur kapal. Kerajinan inilah yang salah satunya dimasukan ke prigi fest untuk dilombakan (A3.3)	
		A3.4		Meyakinkan	informasi tentang pariwisata yang ada di lokasi tersebut diusahakan pengunjung itu artinya puas. Apalagi wisatawan yang datang dari jauh kan mereka belum paham, kan perlu ada informasi juga apa sih sebenarnya daya tarik yang ada disini sebagai informasi kepada wisatawan, nah seperti rumah apung, adanya festival. (A3.4)	
	K1	A3.1		Datar	Prigi Fest berguna juga untuk upaya mempromosikan Pantai Prigi sebagai tujuan wisata Nasional (A3.1)	
		A3.2		Datar	Kalau malam itu apa ya hiburane yo? Apa ada ada atau nggak apa nanti ada apa pameran-pameran (A3.2)	

2) ASPEK BAHASAN: BRAND POSITIONING

Dalam aspek ini terdapat variabel yaitu lingkage dan keunikan. Untuk variabel lingkage merupakan kedekatan dengan ODTW lain sedangkan variabel keunikan merupakan keunikan dengan dengan ODTW lain . Berikut ini merupakan potensi dan masalah pada variabel lingkage dan keunikan.

Tabel 4.5 Potensi dan Masalah pada Variabel Lingkage dan Keunikan

Sub Variabel	Stakeholder	Indikasi		Gaya Bicara	Penjelas Indikasi	Hasil
		Ya	Tidak			
Kedekatan dengan ODTW lain (B1)	B1	B1.1		Meyakinkan	disekitar prigi itu ada pantai-pantai kecil, ada pantai bangkokan, ada pantai simbaronse ada pantai cengkong. Jadi semuanya itu searah dengan jalan menuju Prigi. Tapi kawasan prigi sendiri kan terdapat dua pantai yang letaknya berdekatan. Nah itu juga merupakan potensi, pengunjung bisa berkunjung dulu ke prigi kemudian ke karanggongso (B1.1)	Potensi yang ada adalah <ul style="list-style-type: none"> • lokasi kawasan wisata prigi sangat strategis dekat dengan ODTW lain. Dengan hal ini maka dapat dibuat paket wisata atau rute perjalanan. Permasalahan yang ada adalah <ul style="list-style-type: none"> • ODTW yang berdekatan juga merupakan wisata pantai
	P1	B1.1		Meyakinkan	Kawasan wisata prigi letaknya dekat dengan ODTW lain, misalnya pantai simbaronse dan pantai cengkong (B1.1)	
		B1.2		Meyakinkan	Di kawasan wisata prigi juga ada ODTW dalam kawasan, seperti pantai bangkokan, goa dll (B1.2)	
	K1	B1.1		Datar	Yang terdekat itu ya yang ada di paket wisata mas, ada pantai kecil yaitu pantai bangkokan, pantai lowo (B1.1)	
Keunikan yang berbeda dengan ODTW lain (B2)	B1	B2.1		Meyakinkan	kan tempatnya dekat dengan pelabuhan pendaratan ikan yaitu Pelabuhan Perikanan Negeri Prigi, yang biasanya wisatawan atau pengunjung bisa mendapatkan ikan segar disana. Sedangkan untuk di pesisir Jawa Timur, setahu saya di Lamongan ada pantai yang dekat dengan pelabuhan (brondong dan paciran) namun tempat tersebut tidak memungkinkan untuk dijadikan tempat wisata (B2.1)	Perbedaan kawasan wisata prigi dengan yang lain adalah <ul style="list-style-type: none"> • Letaknya berdekatan dengan Pelabuhan Perikanan Negeri prigi memungkinkan para wisatawan untuk mendapatkan ikan segar sebagai oleh-oleh maupun untuk dikonsumsi secara langsung dengan cara dibakar terlebih dahulu di kios-kios yang ada. • pantainya yang luas dapat digunakan untuk berbagai macam kegiatan
		B2.2		Meyakinkan	Iya ada yang mengambil ikan darisana (PPN Prigi). Ada juga yang yang pergi melaut dengan perahu sendiri (B2.2)	
		B2.3			Hmm.. Apa ya.. Mungkin ini terkait ombak, kan pada umumnya pantai selatan ombaknya besar dan tidak bisa digunakan untuk berenang. Tapi disini karena letak pantainya di Teluk sehingga ombaknya tidak terlalu besar dan bisa digunakan untuk berenang (B2.3)	
	P1	B2.1		Meyakinkan	Kalau dibandingkan dengan kawasan wisata lain yang serupa,kawasan prigi ini punya dua objek yaitu Pantai Prigi dan Karanggongso, dimana letaknya sangat berdekatan dan merupakan potensi ya dek (B2.1)	

Sub Variabel	Stakeholder	Indikasi		Gaya Bicara	Penjelas Indikasi	Hasil
		Ya	Tidak			
	K1	B2.2		Meyakinkan	Jika dibandingkan dengan kawasan wisata lain juga, kawasan prigi ini unik karena salah satu pantainya yaitu Prigi punya pantai yang luas dan bisa digunakan untuk berbagai macam kegiatan. Ditambah lagi dengan adanya lapangan volley pantai, di Jawa Timur sendiri pantai mana yang sudah digunakan untuk volley pantai dan punya panggung kesenian? Saya rasa belum ada. (B2.2)	<ul style="list-style-type: none"> • Mempunyai panggung 360, sedangkan di tempat lain tidak ada • Mempunyai daya tarik wisata alam, wisata buatan dan wisata budaya, sedangkan jika dibandingkan dengan ODTW lain di lingkup Trenggalek hanya kawasan Prigi saja yang memilikinya.
		B2.1		Datar	Kalau menurut saya, yang membedakan itu ya wisata kulinernya mas. Di sini kan selain bisa untuk wisata, juga bisa menyantap ikan yang dibakar langsung oleh para pengusaha lokal. (B2.1)	
		B2.2		Meyakinkan	Lalu disini bisa juga untuk olahraga, disediakan lapangan volley. Bisa juga buat jogging (B2.2)	

Sumber: Hasil Analisis, 2017

3) ASPEK BAHASAN: BRAND IDENTIFIER

Dalam aspek ini terdapat variabel yaitu citra. Untuk variabel lingkage memiliki sub variabel yaitu *image*. Berikut ini merupakan potensi dan masalah pada variabel citra.

Tabel 4.6 Potensi dan Masalah pada Variabel Citra

Sub Variabel	Stakeholder	Indikasi		Gaya Bicara	Penjelas Indikasi	Hasil
		Ya	Tidak			
Image (C1)	B1	C1.1		Meyakinkan	Kesan masyarakat yang berwisata ke kawasan prigi sebenarnya sudah kuat, terbukti dari sekian banyak wisata yang ada di Trenggalek kawasan wisata prigi yang paling ramai. Hal tersebut berarti experientalnya tinggi, dan produk wisata yang ditawarkan dirasa sudah tercukupi. (C1.1)	Image kawasan wisata <ul style="list-style-type: none"> • Pantai yang mempunyai pasir putih yang luas • Prigi Fest yang sudah menjadi image daya tarik wisata dengan panggung 360 • Wisata budaya yaitu upacara petik laut dan larung semboyo yang diadakan setiap setahun sekali. • Ikan segar dan ikan asap yang menarik pengunjung datang
		C1.2		Meyakinkan	Akan tetapi untuk di pantai Prigi itu sudah bagus, Cuma perlu pembenahan saja, perlu pembangunan juga. Jadi mungkin orang luar memandang Pantai Prigi masih bersifat tradisional. (C1.2)	
	P1	C1.1		Meyakinkan	Walupun kawasan wisata prigi merupakan trademark wisata di Kabupaten Trenggalek akan tetapi kesan yang diketahui oleh pengunjung adalah berupa “pantai pasir putih” padahal, pantai pasir putih di Jawa Timur kan banyak. (C1.1)	
		C1.2		Meyakinkan	Dinas kemarin baru-baru studi banding ke pantai 3 warna, sebenarnya menurut saya perlu diciptakan image seperti itu dikawasan wisata prigi. Pantai 3 warna kan Cuma laut yang tidak dekat dengan bibir pantai warnanya biru gelap, kemudian laut yang dekat dengan bibir pantai agak cerah, kemudian pantainya berwarna berbeda. Nah perlu menciptakan ide-ide atau bagaimana supaya bisa menyampaikan pesan seperti itu ke wisatawan (C1.2)	

Sub Variabel	Stakeholder	Indikasi		Gaya Bicara	Penjelas Indikasi	Hasil
		Ya	Tidak			
		C1.3		Ragu-ragu kemudian yakin	Kalau ditanya unsur ciri khas dan keunikan, ya sudah ada, kawasan prigi punya unsur tersebut (C1.3)	
	K1	C1.1		Datar	Apa ya mas. Kawasan wisata ini dikenalnya sebagai pantai pasir putih (C1.1)	
		C1.2		Meyakinkan	Iya mas, banyak memang pantai pasir putih di jatim. Setahu saya di Jember juga ada pasir putih, tapi yang terkenal adalah pantai ini mas sama jember mas. (C1.2)	

Sumber: Hasil Analisis, 2017

“Halaman ini sengaja dikosongkan”

4.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengembangan Kawasan Wisata Prigi Berdasarkan Konsep *Tourism Branding*

Dalam tahap ini untuk mendapatkan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pengembangan kawasan wisata prigi berdasarkan konsep *tourism branding* maka dilakukan analisis delphi dengan stakeholder terpilih yaitu pemerintah dan masyarakat.

Kuisiner Analisis Delphi

Keterangan

Responden 1,2,3

- 1: Responden dari Dinas Pariwisata & Kebudayaan
- 2: Responden dari masyarakat (pokd\arwis)
- 3: Responden dari Bappeda

Koding jawaban responden:

1: SETUJU

0: TIDAK SETUJU

Konsensus

“Halaman ini sengaja dikosongkan”

Tabel 4.7 Hasil Kuesioner Delphi Tahap I

No	Variabel	Sub Variabel	Responden			Komentar
			1	2	3	
1	Daya Tarik	Daya Tarik Wisata Alami	1	1	1	1: Mempengaruhi karena objek wisata merupakan objek wisata pantai. 2: Setuju 3: Setuju
		Daya Tarik Wisata Buatan	1	1	1	1: Karena apabila daya tarik wisatanya hanya alam saja, akan berasa membosankan. Pengunjung hanya bisa foto-foto. Dengan adanya daya tarik wisata buatan misalnya lapangan volley pantai, hal tersebut dapat memberikan hiburan kepada pengunjung 2: Berpengaruh karena semakin banyak daya tarik, akan semakin banyak kegiatan yang bisa dilakukan. 3: Berpengaruh karena dapat menarik banyak pengunjung, apabila banyak pengunjung akan dapat membantu perekonomian masyarakat sekitar
		Daya Tarik Wisata Budaya	1	1	1	1: Untuk lebih menghidupkan kawasan, misal wisata pantai yang tadinya hanya dinikmati dari pagi sampai sore dengan adanya event budaya jadi bisa dinikmati sampai malam, dan juga dengan promosi event misalnya skala nasional bisa menarik wisatawan yang tadinya tidak pernah datang (kota lain) jadi datang berkunjung. 2: Bisa menjadi magnet, karena budaya merupakan suatu yang unik dan khas 3: Berpengaruh
2	Linkage	Kedekatan dengan ODTW lain	1	0	1	1: Berpengaruh, integrasi antar kawasan wisata memang diperlukan 2: Tidak setuju karena bisa mempunyai saingan. 3: Setuju agar objek wisata tersebut saling dukung
	Keunikan	Keunikan yang berbeda dengan ODTW lain	1	1	1	1: Mempengaruhi karena tadi ada pertanyaan dengan kedekatan dengan ODTW lain, nah apabila dikaitkan dengan hal tersebut tapi kondisi kawasan wisata serupa mirip dan tidak punya keunikan, hal tersebut akan membuat pengunjung atau wisatawan menjadi ragu 2: Ya sangat berpengaruh, banyak wisata pantai tapi dengan keunikan yang berbeda hal tersebut mampu menjadi magnet wisatawan 3: Memberikan pengalaman yang berbeda
3	Citra Pariwisata	Image (nama brand, uraian produk, logo, visual)	1	1	1	1: Setuju kalau mempengaruhi karena bisa menyampaikan pesan yang kuat dan identitas kawasan kepada wisatawan 2: Berpengaruh 3: Berpengaruh karena bisa menceritakan “ <i>great story of kawasan wisata prigi</i> ”

Sumber: Hasil Analisis, 2017

“Halaman ini sengaja dikosongkan”

Berdasarkan tabel hasil yang dicapai dari tahap pertama maka didapatkan bahwa ada satu variabel yaitu kedekatan dengan ODTW lain yang belum mencapai konsensus. Setelah pembuatan kuesioner untuk tahap kedua dilakukan, maka tahap selanjutnya adalah mengujinya kembali (iterasi) dengan responden terkait. Dalam penyampaian, penjelasan untuk variabel pun diperbaiki. Berikut merupakan tabel hasil kuesioner tahap kedua.

“Halaman ini sengaja dikosongkan”

Tabel 4.8 Hasil Kuesioner Delphi Tahap II

No	Variabel	Sub Variabel	Responden			Komentar
			1	2	3	
2	Linkage	Kedekatan dengan ODTW lain	1	1	1	1: Berpengaruh, integrasi antar kawasan wisata memang diperlukan 2: Setuju kalau makdunya supaya bisa menjalin hubungan mutualisme antar ODTW 3: Setuju integrasi antar objek wisata

Sumber: Hasil Analisis, 2017

“Halaman ini sengaja dikosongkan”

Berdasarkan hasil iterasi 2x putaran. Maka didapat faktor-faktor yang mempegaruhi pengembangan Kawasan Wisata Prigi berdasarkan konsep *tourism branding* adalah:

1. Daya tarik alami

Berdasarkan hasil eksplorasi yang dilakukan 100% responden mengatakan setuju atau telah mencapai konsesus bahwa daya tarik alami merupakan faktor yang mempengaruhi pengembangan kawasan wisata Prigi berdasakan konsep tourim branding. Responden mengatakan setuju karena daya tarik alami dapat menarik hati wisatawan.

2. Daya tarik buatan

Berdasarkan hasil eksplorasi yang dilakukan 100% responden mengatakan setuju atau telah mencapai konsesus bahwa daya tarik buatan merupakan faktor yang mempengaruhi pengembangan kawasan wisata Prigi berdasakan konsep tourim branding. Responden mengatakan setuju karena daya tarik buatan dapat memberikan hiburan kepada wisatawan.

3. Daya tarik budaya

Berdasarkan hasil eksplorasi yang dilakukan 100% responden mengatakan setuju atau telah mencapai konsesus bahwa daya tarik budaya merupakan faktor yang mempengaruhi pengembangan kawasan wisata Prigi berdasakan konsep tourim branding. Responden mengataan setuju karena daya tarik budaya dianggap mampu menghidupkan kawasan

4. Kedekatan dengan ODTW lain

Berdasarkan hasil eksplorasi yang dilakukan 100% responden mengatakan setuju atau telah mencapai konsesus bahwa kedekatan denga ODTW lain merupakan faktor yang mempengaruhi pengembangan kawasan wisata Prigi berdasakan konsep tourim branding. Responden mengatakan setuju karena integrasi antar kawasan diperlukan supaya dapat saling dukung.

5. Keunikan dibanding dengan ODTW lain

Berdasarkan hasil eksplorasi yang dilakukan 100% responden mengatakan setuju atau telah mencapai konsesus

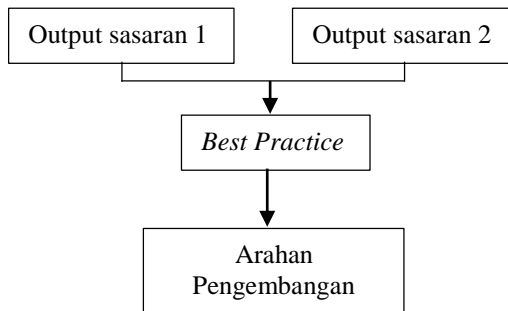
bahwa keunikan dibanding ODTW lain ding dengan merupakan faktor yang mempengaruhi pengembangan kawasan wisata Prigi berdasakan konsep tourim branding. Responden mengatakan setuju karena dapat memberikan pengalaman wisata yang berbeda.

6. Image

Berdasarkan hasil eksplorasi yang dilakukan 100% responden mengatakan setuju atau telah mencapai konsesus bahwa image merupakan faktor yang mempengaruhi pengembangan kawasan wisata Prigi berdasakan konsep tourim branding. Responden setuju karena bisa menyampaikan kesan dan identitas kawasan kepada wisatawan.

4.2.3 Arahan Pengembangan Kawasan Wisata Prigi Berdasarkan Konsep Tourism Destination Branding

Untuk dapat merumuskan arahan pengembangan kawasan wisata prigi maka digunakan analisa deskriptif komapratif beberapa stakeholder yang terpilih dari hasil analisa stakeholder. Langkah pertama yang dilakukan adalah dengan membandingkan output sasaran 1 yang berupa faktor-faktor yang berpengaruh dengan output sasaran 2 yang berupa karakteristik kawasan wisata Prigi. Lalu hasil dari analisa tersebut dikomparasikan kembali dengan tinjauan kebijakan dan *best practice*.



Gambar 4.6 Proses Perumusan Arahan

Sumber : Hasil analisis, 2017

“Halaman ini sengaja dikosongkan”

Tabel 4.9 Arahan Pengembangan Kawasan Wisata Prigi

Sasaran 2 (Faktor yang berpengaruh)	Sasaran 1 (Potensi/Masalah)	Best Practice	Arahan
Dimensi : Brand Personality			
Daya Tarik Alami	<p>Potensi daya tarik alami yang ada adalah</p> <ul style="list-style-type: none"> • berupa pemandangan alam <i>point of view</i>, ombak yang kecil karena letak kawasan wisata berada di teluk. • Mempunyai pasir putih • Ombak tenang • Terumbu Karang yang indah <p>Sedangkan untuk permasalahan yang ada adalah,</p> <ul style="list-style-type: none"> • kapal-kapal liar yang disandarkan dan menghalangi view pemandangan indah alam. • Tempat snorkling hanya di satu tempat 	<p>Best Practice Pariwisata di Wakatobi</p> <p>Daya tarik alami di Wakatobi tidak diubah dan cenderung dipertahankan, akan tetapi perawatan dan konservasinya ditingkatkan sedemikian rupa untuk menjaga keasliannya.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat festival lomba foto alam di Pantai Prigi dengan intensitas sekali tiap tahun • Terkait penanganan maslaah yang menghalangi view dilakukan pembentukan zonasi khusus kapal-kapal yang bersandar supaya view tidak terhalangi.
Daya Tarik Budaya	<p>Potensi Daya tarik budaya yang ada di kawasan wisata prigi adalah</p> <ul style="list-style-type: none"> • upacara petik laut dan larung semboyo yang diadakan setiap setahun sekali. • ada Prigi fest yaitu acara pagelaran seni dan budaya yang juga berguna sebagai sarana promosi kawasan wisata prigi. • Lomba kerajinan pembuatan kapal saat Prigi Fest • Lomba peragaan busana batik saat Prigi Fest <p>Permasalahan Daya tarik budaya yang ada di kawasan wisata prigi adalah</p>	<p>Best Practice Pariwisata di Singapura</p> <p>Di Singapura mempunyai kalender pariwisata, <i>event-event</i> budaya yang ada disana dipadukan dengan teknologi. Misalnya pada saat Natal, di Singapore saat tidak ada salju yang turun. Namun di beberapa distrik dikonsepsi tampilannya supaya merasakan kesan “bersalju”. Intensitas <i>event</i> yang ada disana juga sering.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Menginformasi secara rutin kepada wisatawan jadwal-jadwal kegiatan yang ada di Pantai Prigi • Perlombaan membuat kerajinan kapal secara rutin sekali tiap tahun • Perlombaan busana batik dengan motif yang khas dari Pantai Prigi sekali dalam setahun • Penjadwalan secara rutin Prigi fest yang terintegrasi dengan kegiatan yang lain.

Sasaran 2 (Faktor yang berpengaruh)	Sasaran 1 (Potensi/Masalah)	Best Practice	Arahan
	<ul style="list-style-type: none"> Prigi fest tidak terinformasi dengan baik waktu dan kegiatan yang ada kepada wisatawan 		
Daya Tarik Buatan	<p>Potensi Daya tarik wisata buatan yang ada di kawasan wisata adalah</p> <ul style="list-style-type: none"> sarana volley pantai, panggung 360 yang digunakan untuk spot foto maupun pagelaran seni dan budaya, fasilitas hiburan seperti banana boat dan berperahu rumah apung yang dapat digunakan untuk <i>snorkling</i> di kolam yang ada ditengah Terdapat pusat kios-kios kerajinan masyarakat. Ada potensi penjualan ikan segar saat musim maret Ikan asap menjadi salah satu daya tarik pengunjung untuk datang <p>Permasalahan Daya tarik wisata buatan yang ada di kawasan wisata adalah</p> <ul style="list-style-type: none"> Rumah apung hanya di satu titik lokasi Ada Kios-kios yang liar dan tanpa ijin 	<p>Best Practice Pariwisata di Singapura</p> <p>Menambahkan daya tarik buatan sesuai dengan apa yang dibutuhkan wisatawan. Misalnya Singapura menargetkan ingin menggat wisatawan dari India. Cara yang digunakan adalah mengamati apa yang dibutuhkan wisatawan India.</p>	<p>Membuat event tahunan terkait dengan</p> <ul style="list-style-type: none"> Festifal ikan yang menampilkan lomba-lomba memasak kuliner satu kali dalam setahun, diadakan tiap tahun. Melanjutkan <i>event</i> Prigi dengan jadwal 2x dalam setahun dengan jeda waktu triwulan. Mengadakan lomba volley pantai dengan intensitas setahun sekali dan diadakan tiap tahunnya. Menambah pembangunan rumah apung sebanyak 2 pada lokasi yang mempunyai terumbu karang bagus Memberikan design yang menarik pada kios-kios yang berijin agar memberikan kesan yang senada dan seragam. Membuat perlombaan menghias kapal dengan hadiah yang menarik pada bulan april agar kapal-kapal yang bersandar di pantai Prigi bisa menjadi tambahan daya tarik wisata
Brand Positioning			
Ketersediaan ODTW lain di Sekitar Kawasan Wisata	<p>Potensi yang ada adalah</p> <ul style="list-style-type: none"> lokasi kawasan wisata prigi sangat strategis dekat dengan ODTW lain. Dengan hal ini maka dapat dibuat paket wisata atau rute perjalanan. <p>Permasalahan yang ada adalah</p>	<p>Best Practice di Batu</p> <p>Banyak ODTW di Batu yang letaknya berdekatan dan diintegrasikan dengan cara membuat paket-paket wisata.</p>	<p>Mengintegrasikan ODTW lain yang letaknya berdekatan dengan kawasan wisata Prigi dan membentuk paket-paket wisata serta jalur wisata.</p>

Sasaran 2 (Faktor yang berpengaruh)	Sasaran 1 (Potensi/Masalah)	Best Practice	Arahan
	ODTW yang berdekatan juga merupakan wisata pantai		
Keunikan yang berbeda dibanding ODTW lain	<p>Perbedaan kawasan wisata prigi dengan yang lain adalah</p> <ul style="list-style-type: none"> • Letaknya berdekatan dengan Pelabuhan Perikanan Negeri prigi memungkinkan para wisatawan untuk mendapatkan ikan segar sebagai oleh-oleh maupun untuk dikonsumsi secara langsung dengan cara dibakar terlebih dahulu di kios-kios yang ada. • pantainya yang luas dapat digunakan untuk berbagai macam kegiatan • Mempunyai panggung 360, sedangkan di tempat lain tidak ada • Mempunyai daya tarik wisata alam, wisata buatan dan wisata budaya secara bersamaan 	<p>Best Practice Pariwisata di Singapura</p> <p>Menempatkan landmark yang berbeda dimasing-masing ODTW serupa yang berdekatan, Misal Merlion dan Garden Bay de Bay. Keduanya merupakan spot foto, kegiatan yang dapat dilakukan juga sama hanya duduk dan menikmati view, akan tetapi yang membedakan adalah landmarknya.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Menonjolkan keunikan Pantai Prigi dalam melakukan promosi seperti pantai pasir putih yang luas. • Membuat Pelabuhan Perikanan Negeri menjadi salah satu daya tarik dalam menyediakan ikan-ikan segar di Pantai Prigi. • Menggunakan secara maksimal dan terjadwal panggung 360 baik untuk kegiatan wisata budaya maupun untuk kelompok-kelompok masyarakat tertentu. • Mengintegrasikan daya tarik wisata alam, daya tarik wisata budaya dan daya tarik wisata buatan secara baik agar saling mendukung dengan membuat jadwal kegiatan yang terintegrasi.
Brand Identifier			
Citra Pariwisata	<p>Image kawasan wisata</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pantai yang mempunyai pasir putih yang luas • Prigi Fest yang sudah menjadi image daya tarik wisata dengan panggung 360 • Wisata budaya yaitu upacara petik laut dan larung semboyo yang diadakan setiap setahun sekali. • Ikan segar dan ikan asap yang menarik pengunjung datang 	<p>Best Practice City Branding di Jogjakarta</p> <p>Membentuk brand image pada tahun 2000 dengan mencetuskan brand “<i>jogja never ending asia</i>” yang didesain dengan penuh makna menempatkan posisi yogyakarta sebagai “<i>experience that never ending asia</i>”</p> <p>City Branding di Surakarta</p> <p>Mereview apa saja potensi kota surakarta dilihat dari <i>Personality</i>,</p>	<p>Mulai menyusun tagline atau membranding kawasan wisata dengan memperhatikan komposisi dari <i>personality dan positioning</i> secara komunikatif. Misalnya “<i>prigi hidden paradise of jatim</i>” dimana hal tersebut akan membuat wisatawan penasaran. Dalam tagline tersebut yang dikomunikasikan adalah wordmark “<i>prigi</i>” ditulis dengan beberapa aksan ornamen yang diambil dari filosofi ombak karena kawasan wisata adalah pantai menggunakan warna biru yang mencerminkan ombak dan langit. Kemudian dalam tagline “<i>hidden paradise of jatim</i>”, “<i>The story of</i></p>

Sasaran 2 (Faktor yang berpengaruh)	Sasaran 1 (Potensi/Masalah)	Best Practice	Arahan
		<i>Positioning, dan Identifier</i> kemudian berbekal potensi di bidang budaya akhirnya mencetuskan tagline " <i>solo the sipirt of java</i> " pada tahun 2005.	<i>Prigi</i> “, <i>“Incredible Prigi”</i> ditulis dengan menggunakan warna oranye untuk menyimbolkan semangat, energi, antusiasme serta keramahan masyarakat. Kemudian setelah tagline tersebut jadi mengkomunikasikan kepada seluruh stakeholder

Sumber: Hasil Analisis, 2017

Berdasarkan hasil analisis deskriptif komparatif untuk merumuskan arahan dengan mempertimbangkan faktor-faktor berpengaruh dan best practice didapat beberapa arahan sebagai berikut :

- Menambah pembangunan rumah apung sebanyak 2 pada lokasi yang mempunyai terumbu karang bagus
- Menonjolkan keunikan Pantai Prigi dalam melakukan promosi seperti pantai pasir putih yang luas.
- Membuat Pelabuhan Perikanan Negeri menjadi salah satu daya tarik dalam menyediakan ikan-ikan segar di Pantai Prigi.
- Menggunakan secara maksimal dan terjadwal panggung 360 baik untuk kegiatan wisata budaya maupun untuk kelompok-kelompok masyarakat tertentu.
- Mengintegrasikan daya tarik wisata alam, daya tarik wisata budaya dan daya tarik wisata buatan secara baik agar saling mendukung dengan membuat jadwal kegiatan yang terintegrasi.
- Mengintegrasikan ODTW lain dengan kawasan wisata Prigi dan membentuk paket-paket wisata.
- Mulai menyusun tagline atau membranding kawasan wisata dengan memperhatikan komposisi dari *personality dan positioning* secara komunikatif. Misalnya “*prigi hidden paradise of jatim*” , “*The story of Prigi* “, “*Incredible Prigi*”.
- Membuat kalender *event* pariwisata dalam setahun dengan intensitas sebagai berikut :
 1. Lomba foto alam diadakan 1 kali periode dalam setahun
 2. *Prigi fest* diadakan 2 kali dalam setahun dengan jeda triwulan
 3. Hias Kapal diadakan sekali dalam setahun
 4. Festival Ikan diadakan sekali dalam setahun
 5. Lomba volly pantai diadakan sekali dalam setahun
 6. Lomba peragaan batik diadakan sekali dalam setahun

“Halaman ini sengaja dikosongkan”

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, didapatkan faktor-faktor yang berpengaruh dari analisis delphi yaitu daya tarik alami, daya tarik buatan, daya tarik budaya, kedekatan dengan ODTW lain, keunikan dibanding dengan ODTW lain, Image.

Berdasarkan hasil dari analisis deskriptif komparatif didapatkan arahan pengembangan sebagai berikut :

- Menambah pembangunan rumah apung sebanyak 2 pada lokasi yang mempunyai terumbu karang bagus
- Menonjolkan keunikan Pantai Prigi dalam melakukan promosi seperti pantai pasir putih yang luas.
- Membuat Pelabuhan Perikanan Negeri menjadi salah satu daya tarik dalam menyediakan ikan-ikan segar di Pantai Prigi.
- Menggunakan secara maksimal dan terjadwal pangung 360 baik untuk kegiatan wisata budaya maupun untuk kelompok-kelompok masyarakat tertentu.
- Mengintegrasikan daya tarik wisata alam, daya tarik wisata budaya dan daya tarik wisata buatan secara baik agar saling mendukung dengan membuat jadwal kegiatan yang terintegrasi.
- Membuat kalender *event* pariwisata dalam setahun dengan intensitas sebagai berikut :
 1. Lomba foto alam diadakan 1 kali periode dalam setahun
 2. *Prigi fest* diadakan 2 kali dalam setahun dengan jeda triwulan
 3. Hias Kapal diadakan sekali dalam setahun
 4. Festival Ikan diadakan sekali dalam setahun
 5. Lomba volly pantai diadakan sekali dalam setahun

6. Lomba peragaan batik diadakan sekali dalam setahun
- Mengintegrasikan ODTW lain dengan kawasan wisata Prigi dan membentuk paket-paket wisata.
- Mulai menyusun tagline atau membranding kawasan wisata dengan memperhatikan komposisi dari *personality* dan *positioning* secara komunikatif. Misalnya “*Prigi hidden paradise of jatim*”, “*The story of Prigi* “, “*Incredible Prigi*”.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, disusun rekomendasi sebagai berikut :

- Direkomendasikan untuk dilakukan penelitian lebih lanjut tentang arahan pemasaran pariwisata Kabupaten Trenggalek melalui *tourism branding* sebagai masukan dalam penyusunan masterplan pariwisata kabupaten trenggalek.
- Dalam penyusunan masterplan kawasan wisata kabupaten trenggalek direkomendasikan untuk melakukan analisis segmen pasar untuk menambah daya tarik yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan.

DAFTAR PUSTAKA

- KEMENBUDPAR. (2011). IMPLEMENTASI DAN IMPLIKASI KELEMBAGAAN PEMASARAN PARIWISATA YANG BERTANGGUNG JAWAB.
- Olivia Wagner & Mike Peters. (2009). CAN ASSOCIATION METHODS REVEAL THE EFFECTS OF INTERNAL BRANDING ON TOURISM DESTINATION STAKEHOLDERS?. Innsbruck: Innsbruck University School of Management
- Joan C. Henderson. (2007). UNIQUELY SINGAPORE? A CASE STUDY IN DESTINATION BRANDING.
- Graham Hankinson. (2005). DESTINATION BRAND IMAGES: A BUSINESS TOURISM PERSPECTIVE..
- Nigel J. Morgan. (2003). DESTINATION BRANDING AND THE ROLE OF THE STAKEHOLDERS : THE CASE OF NEW ZEALAND.
- derek Hall. (1999).DESTINATION BRANDING, NICHE MARKETING AND NATIONAL PROJECTION IN CENTRAL AND EASTERN EUROPE.
- Can-Seng Ooi. (2002). POETICS AND POLITICS OF DESTINATION BRANDING: DENMARK. Frederiksberg: Copenhagen Business School.
- Melanie Woodland. (2007). SUSTAINABILITY AND LOCAL TOURISM BRANDING IN ENGLAND'S SOUTH DOWNS. UK : University Of Greenwich.
- Steven Pike. (2005). TOURISM DESTINATION BRANDING COMPLEXITY
- Inskeep, Edward. (1991). TOURISM PLANNING: AN INTEGRATED DAN SUSTAINABLE DEVELOPMENT APPROACH, VAN NOSTRAND REINHOLD. NEW YORK.

RIPPDA KABUPATEN TRENGGALEK, 2015

Pendit, I Nyoman, S. 1998. IMU PARIWISATA SEBUAH
PENGANTAR PERDANA.

LAMPIRAN A ANALISIS STAKEHOLDER

Kelompok Stakeholders	Interet(s) Stakeholder	Pengaruh Stakeholder	Kepentingan Stakeholder	Pengaruh Stakeholder
Pemerintah				
Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah Kabupaten Trenggalek	1.Menyusun kebijakan bidang teknis pada perencanaan pembangunan termasuk pengembangan kawasan wisata 2.Menyusun rencana tata ruang dan rencana strategis pembangunan daerah	Terlibat dalam perencanaan, pengawasan, dan pelaksanaan pembangunan	5	5

Dinas Pariwisata Kabupaten Trenggalek	Merumuskan Kebijakan teknis dalam bidang pariwisata	Terlibat dalam perencanaan, pelaksanaan, pengelolaan dan pembangunan dalam bidang pariwisata	5	5
Dinas Perhutani	Merumuskan kebijakan teknis dalam bidang perhutani	Pemilik lahan sebagian kawasan wisata	2	2
Masyarakat				
Pokdarwis	Mengetahui faktor- faktor yang mempengaruhi pengembangan kawasan wisata berdasarkan pengamatan langsung sebagai	Memberikan masukan dan informasi terkait kondisi dan kegiatan wisata di lapangan	5	5

	pelaku wisata	kegiatan			
--	------------------	----------	--	--	--

Keterangan:

Importance (Kepentingan)

1= *little/no importance*

2= *some importance*

3= *moderate importance*

4= *very important*

5= *critical player*

Influence (Pengaruh)

1= *little/no influence*

2= *some influence*

3= *moderate influence*

4= *significant influence*

5= *very influential*

Tabel Pemetaan Stakeholder Berdasarkan Tingkat Kepentingan

		Unknown	Little/no importance	Some Importance	Moderate Importance	Very Importance	Critical Player
Tingkat Kepentingan	Unknown						
	Little/no influence						
	Some influence			Dinas Perhutani			
	Moderate influence						

	Significant influence						
	Very influential						1: BAPPEDA 2: Dinas Pariwisata 3:POKDARWIS

Narasumber / Informan =

“Halaman ini sengaja dikosongkan”

LAMPIRAN B LEMBAR SCREENING RESPONDEN

LAMPIRAN B1 SCREENING RESPONDEN

IDENTITAS INTERVIEWER	
NAMA	
TGL INTERVIEW	
DURASI	
IDENTITAS RESPONDEN	
NAMA	Thatit Galih Bahana
USIA	32 Tahun
ALAMAT	Karangrejo Kompak, Trenggalek
PEKERJAAN	PNS (Bappeda)
NO.TELP	081333458010

LEGAL STATEMENT		
	Tandatangan interviewer	Tandatangan PL

Dengan ini saya menyatakan bahwa wawancara ini telah dilakukan sesuai dengan panduan yang telah ditetapkan dengan narasumber yang tidak saya kenal sebelumnya. Wawancara ini tidak akan saya gunakan untuk kepentingan komersil.		
--	--	--

Tandatangan responden	Checked by PL	Checked by QC External

Kriteria Responden

Pemerintah (Bappeda) 1 Responden	Pemerintah (Dinas Pariwisata) 1 Responden
---	--

<ul style="list-style-type: none"> • Laki-laki atau perempuan, berusia 30-55 tahun • Sudah tinggal di Kabupaten Trenggalek minimal dalam 5 tahun terakhir • Sudah bekerja pada Bappeda Kabupaten Trenggalek minimal dalam 5 tahun terakhir • Pernah terlibat minimal 1 pekerjaan di bidang pariwisata minimal dalam 5 tahun terakhir 	<ul style="list-style-type: none"> • Laki-laki atau perempuan, berusia 30-55 tahun • Sudah tinggal di Kabupaten Trenggalek minimal dalam 5 tahun terakhir • Sudah bekerja pada Dinas Pariwisata Kabupaten Trenggalek minimal sejak 5 tahun yang lalu • Pernah terlibat dalam perencanaan dan pengembangan pariwisata di Kabupaten Trenggalek
<p style="text-align: center;">Masyarakat (Pokdarwis)</p> <p style="text-align: center;">1 Responden @ Pokdarwis</p> <ul style="list-style-type: none"> • Laki-laki atau perempuan, berusia 30-55 tahun • Sudah tinggal di Kecamatan Watulimo, Kabupaten Trenggalek, minimal dalam 5 tahun terakhir • Tergabung dan terlibat aktif dalam kelompok sadar wisata di kawasan wisata Prigi minimal dalam 3 tahun terakhir • Berencana untuk tetap terlibat dalam kelompok sadar wisata yang digeluti saat ini setidaknya hingga 5 tahun yang akan datang 	

NASKAH PERTANYAAN

“Selamat (pagi/siang/sore/malam), nama saya..... dari ITS Surabaya. Dalam waktu dekat kami, Tim Penelitian, akan mengadakan kelompok diskusi mengenai pendapat masyarakat untuk suatu topik dan sekarang kami sedang mencari responden yang sekiranya bersedia untuk terlibat dalam diskusi tersebut. Mohon diingat bahwa kami tidak berniat menjual apapun dan setiap informasi yang kami kumpulkan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian saja”.

Catatan: Interviewer boleh melakukan improvisasi dengan syarat substansi dan urutan pertanyaan harus tetap sesuai pedoman naskah.

Q1a. Jenis Kelamin. **OBSERVASI**

STATUS	KETERANGAN
Laki-laki	LANJUTKAN
Perempuan	LANJUTKAN

Q1b. Berapakah usia Anda? **SA**

STATUS	KETERANGAN
< 17 tahun	STOP & TK
17-21 tahun	STOP & TK
21-24 tahun	STOP & TK

25-30 tahun	LANJUTKAN
30-35 tahun	LANJUTKAN
36-40 tahun	LANJUTKAN
41-50 tahun	LANJUTKAN
51-55 tahun	LANJUTKAN
>55 tahun	STOP & TK
Tidak tahu/tidak mau menjawab	STOP & TK

Berapa tepatnya usia Anda? 32 tahun

Q1c. Dapatkan Anda menyebutkan jenjang pendidikan terakhir yang Anda tempuh? SA

STATUS	KETERANGAN
Tidak lulus SD	STOP & TK
SD	STOP & TK
SMP	STOP & TK
SMA/Diploma 1-3	STOP & TK UNTUK SEGMENT PEMERINTAH LANJUTKAN UNTUK SEGMENT MASYARAKAT
Diploma 4/Sarjana/Pascasarjana	LANJUTKAN
Tidak tahu/tidak mau menjawab	STOP & TK

KHUSUS SEGMENT PEMERINTAH

Q2a.. Apa status pekerjaan Anda saat ini? SA

STATUS	KETERANGAN
Belum bekerja	STOP & TK
Bekerja paruh waktu (part time)	LANJUTKAN
Bekerja penuh waktu (fulltime)	LANJUTKAN
Sudah pensiun	STOP & TK
Tidak tahu/tidak mau menjawab	STOP & TK

Q2b. Pada instansi apa Anda bekerja? SA

STATUS	KETERANGAN
Bappeda Kab. Trenggalek	LANJUTKAN
Dinas Pariwisata Kab. Trenggalek	LANJUTKAN
Kecamatan Watulimo, Kab. Trenggalek	LANJUTKAN
Di luar Bappeda Kab. Trenggalek, Dinas Pariwisata Kab. Trenggalek, Kecamatan Watulimo, Kab. Trenggalek	STOP & TK
Tidak tahu/tidak mau menjawab	STOP & TK

Q2c. Sudah berapa lama Anda bekerja pada instansi tersebut? SA

STATUS	KETERANGAN
<5 tahun	STOP & TK
5-10 tahun	LANJUTKAN
>10 tahun	LANJUTKAN
Tidak tahu/tidak mau menjawab	STOP & TK

Q2d. Apakah Anda pernah terlibat dalam pekerjaan terkait perencanaan dan pengembangan pariwisata di Kabupaten Trenggalek setidaknya dalam 5 tahun terakhir?

STATUS	KETERANGAN
Ya	LANJUTKAN
Tidak	STOP & TK
Tidak tahu/tidak mau menjawab	STOP & TK

HANYA UNTUK SEGMENT MASYARAKAT POKDARWIS

Q3a. Apakah Anda tergabung dan terlibat secara aktif dalam Pokdarwis di wilayah kawasan wisata Prigi? **SA**

STATUS	KETERANGAN
Ya	LANJUTKAN
Tidak	STOP & TK
Tidak tahu/tidak mau menjawab	STOP & TK

Q3b. Apa peran dan kedudukan Anda dalam Pokdarwis yang Anda geluti?

--

Q3c. Apakah Anda berencana untuk untuk tetap terlibat dalam kelompok sadar wisata yang digeluti saat ini setidaknya hingga 5 tahun yang akan datang? SA

STATUS	KETERANGAN
Ya	LANJUTKAN
Tidak	STOP & TK
Tidak tahu/tidak mau menjawab	STOP & TK

LAMPIRAN B2 SCREENING RESPONDEN

IDENTITAS INTERVIEWER	
NAMA	
TGL INTERVIEW	
DURASI	
IDENTITAS RESPONDEN	
NAMA	Dina Firstanti S.IP, M.SI
USIA	41 Tahun

ALAMAT	RT 10/RW 05 Kecamatan Durenan, Kabupaten Trenggalek
PEKERJAAN	Kepala Bidang Destinasi Wisata (Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek)
NO.TELP	082232362409

LEGAL STATEMENT		
Dengan ini saya menyatakan bahwa wawancara ini telah dilakukan sesuai dengan panduan yang telah ditetapkan dengan narasumber yang tidak saya kenal sebelumnya. Wawancara ini tidak akan saya gunakan untuk kepentingan komersil.	Tandatangan interviewer	Tandatangan PL

Tandatangan responden	Checked by PL	Checked by QC External
------------------------------	----------------------	-------------------------------

--	--	--

Kriteria Responden

Pemerintah (Bappeda) 1 Responden	Pemerintah (Dinas Pariwisata) 1 Responden
<ul style="list-style-type: none"> • Laki-laki atau perempuan, berusia 30-55 tahun • Sudah tinggal di Kabupaten Trenggalek minimal dalam 5 tahun terakhir • Sudah bekerja pada Bappeda Kabupaten Trenggalek minimal dalam 5 tahun terakhir • Pernah terlibat minimal 1 pekerjaan di bidang pariwisata minimal dalam 5 tahun terakhir 	<ul style="list-style-type: none"> • Laki-laki atau perempuan, berusia 30-55 tahun • Sudah tinggal di Kabupaten Trenggalek minimal dalam 5 tahun terakhir • Sudah bekerja pada Dinas Pariwisata Kabupaten Trenggalek minimal sejak 5 tahun yang lalu • Pernah terlibat dalam perencanaan dan pengembangan pariwisata di Kabupaten Trenggalek

Masyarakat (Pokdarwis)**1 Responden @ Pokdarwis**

- Laki-laki atau perempuan, berusia 30-55 tahun
- Sudah tinggal di Kecamatan Watulimo, Kabupaten Trenggalek, minimal dalam 5 tahun terakhir
- Tergabung dan terlibat aktif dalam kelompok sadar wisata di kawasan wisata Prigi minimal dalam 3 tahun terakhir
- Berencana untuk tetap terlibat dalam kelompok sadar wisata yang digeluti saat ini setidaknya hingga 5 tahun yang akan datang

NASKAH PERTANYAAN

“Selamat (pagi/siang/sore/malam), nama saya Jhon Jhohan Putra Kumara Dewa dari ITS Surabaya. Dalam waktu dekat kami, Tim Penelitian, akan mengadakan kelompok diskusi mengenai pendapat masyarakat untuk suatu topik dan sekarang kami sedang mencari responden yang sekiranya bersedia untuk terlibat dalam diskusi tersebut. Mohon diingat bahwa kami tidak berniat menjual apapun dan setiap informasi yang kami kumpulkan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian saja”.

Catatan: Interviewer boleh melakukan improvisasi dengan syarat substansi dan urutan pertanyaan harus tetap sesuai pedoman naskah.

Q1a. Jenis Kelamin. **OBSERVASI**

STATUS	KETERANGAN
Laki-laki	LANJUTKAN
Perempuan	LANJUTKAN

Q1b. Berapakah usia Anda? **SA**

STATUS	KETERANGAN
< 17 tahun	STOP & TK
17-21 tahun	STOP & TK
21-24 tahun	STOP & TK

25-30 tahun	LANJUTKAN
30-35 tahun	LANJUTKAN
36-40 tahun	LANJUTKAN
41-50 tahun	LANJUTKAN
51-55 tahun	LANJUTKAN
>55 tahun	STOP & TK
Tidak tahu/tidak mau menjawab	STOP & TK

Berapa tepatnya usia Anda? 41 tahun

Q1c. Dapatkan Anda menyebutkan jenjang pendidikan terakhir yang Anda tempuh? SA

STATUS	KETERANGAN
Tidak lulus SD	STOP & TK
SD	STOP & TK
SMP	STOP & TK
SMA/Diploma 1-3	STOP & TK UNTUK SEGMENT PEMERINTAH LANJUTKAN UNTUK SEGMENT MASYARAKAT
Diploma 4/Sarjana/Pascasarjana	LANJUTKAN
Tidak tahu/tidak mau menjawab	STOP & TK

KHUSUS SEGMENT PEMERINTAH

Q2a.. Apa status pekerjaan Anda saat ini? SA

STATUS	KETERANGAN
Belum bekerja	STOP & TK
Bekerja paruh waktu (part time)	LANJUTKAN
Bekerja penuh waktu (fulltime)	LANJUTKAN
Sudah pensiun	STOP & TK
Tidak tahu/tidak mau menjawab	STOP & TK

Q2b. Pada instansi apa Anda bekerja? SA

STATUS	KETERANGAN
Bappeda Kab. Trenggalek	LANJUTKAN
Dinas Pariwisata Kab. Trenggalek	LANJUTKAN
Kecamatan Watulimo, Kab. Trenggalek	LANJUTKAN
Di luar Bappeda Kab. Trenggalek, Dinas Pariwisata Kab. Trenggalek, Kecamatan Watulimo, Kab. Trenggalek	STOP & TK
Tidak tahu/tidak mau menjawab	STOP & TK

Q2c. Sudah berapa lama Anda bekerja pada instansi tersebut? SA

STATUS	KETERANGAN
--------	------------

<5 tahun	STOP & TK
5-10 tahun	LANJUTKAN
>10 tahun	LANJUTKAN
Tidak tahu/tidak mau menjawab	STOP & TK

Q2d. Apakah Anda pernah terlibat dalam pekerjaan terkait perencanaan dan pengembangan pariwisata di Kabupaten Trenggalek setidaknya dalam 5 tahun terakhir?

STATUS	KETERANGAN
Ya	LANJUTKAN
Tidak	STOP & TK LANJUTKAN UNTUK PERHUTANI
Tidak tahu/tidak mau menjawab	STOP & TK

HANYA UNTUK SEGMENT MASYARAKAT POKDARWIS

Q3a. Apakah Anda tergabung dan terlibat secara aktif dalam Pokdarwis di wilayah kawasan wisata Prigi? **SA**

STATUS	KETERANGAN
Ya	LANJUTKAN
Tidak	STOP & TK
Tidak tahu/tidak mau menjawab	STOP & TK

Q3b. Apa peran dan kedudukan Anda dalam Pokdarwis yang Anda geluti?

--

Q3c. Apakah Anda berencana untuk untuk tetap terlibat dalam kelompok sadar wisata yang digeluti saat ini setidaknya hingga 5 tahun yang akan datang? SA

STATUS	KETERANGAN
Ya	LANJUTKAN
Tidak	STOP & TK
Tidak tahu/tidak mau menjawab	STOP & TK

LAMPIRAN B3 SCREENING RESPONDEN

IDENTITAS INTERVIEWER	
NAMA	
TGL INTERVIEW	
DURASI	
IDENTITAS RESPONDEN	
NAMA	Marjuki
USIA	41 Tahun
ALAMAT	Karanggongso, RT 36 RW 06, Tasikmadu Watulimo Trenggalek
PEKERJAAN	Swasta
NO.TELP	081242591422

LEGAL STATEMENT		
Dengan ini saya menyatakan bahwa wawancara ini telah dilakukan sesuai dengan panduan yang telah ditetapkan dengan narasumber yang tidak	Tandatangan interviewer	Tandatangan PL

saya kenal sebelumnya. Wawancara ini tidak akan saya gunakan untuk kepentingan komersil.		
---	--	--

Tandatangan responden	Checked by PL	Checked by QC External

Kriteria Responden

Pemerintah (Bappeda) 1 Responden	Pemerintah (Dinas Pariwisata) 1 Responden
<ul style="list-style-type: none"> • Laki-laki atau perempuan, berusia 30-55 tahun • Sudah tinggal di Kabupaten Trenggalek minimal dalam 5 tahun terakhir • Sudah bekerja pada Bappeda Kabupaten Trenggalek minimal dalam 5 tahun terakhir 	<ul style="list-style-type: none"> • Laki-laki atau perempuan, berusia 30-55 tahun • Sudah tinggal di Kabupaten Trenggalek minimal dalam 5 tahun terakhir

<ul style="list-style-type: none"> • Pernah terlibat minimal 1 pekerjaan di bidang pariwisata minimal dalam 5 tahun terakhir 	<ul style="list-style-type: none"> • Sudah bekerja pada Dinas Pariwisata Kabupaten Trenggalek minimal sejak 5 tahun yang lalu • Pernah terlibat dalam perencanaan dan pengembangan pariwisata di Kabupaten Trenggalek
<p style="text-align: center;">Masyarakat (Pokdarwis) 1 Responden @ Pokdarwis</p> <ul style="list-style-type: none"> • Laki-laki atau perempuan, berusia 30-55 tahun • Sudah tinggal di Kecamatan Watulimo, Kabupaten Trenggalek, minimal dalam 5 tahun terakhir • Tergabung dan terlibat aktif dalam kelompok sadar wisata di kawasan wisata Prigi minimal dalam 3 tahun terakhir • Berencana untuk tetap terlibat dalam kelompok sadar wisata yang digeluti saat ini setidaknya hingga 5 tahun yang akan datang 	

NASKAH PERTANYAAN

“Selamat (pagi/siang/sore/malam), nama saya Jhon Jhohan Putra Kumara Dewa dari ITS Surabaya. Dalam waktu dekat kami, Tim Penelitian, akan mengadakan kelompok diskusi mengenai pendapat masyarakat untuk suatu topik dan sekarang kami sedang mencari responden yang sekiranya bersedia untuk terlibat dalam

diskusi tersebut. Mohon diingat bahwa kami tidak berniat menjual apapun dan setiap informasi yang kami kumpulkan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian saja”.

Catatan: Interviewer boleh melakukan improvisasi dengan syarat substansi dan urutan pertanyaan harus tetap sesuai pedoman naskah.

Q1a. Jenis Kelamin. OBSERVASI

STATUS	KETERANGAN
Laki-laki	LANJUTKAN
Perempuan	LANJUTKAN

Q1b. Berapakah usia Anda? SA

STATUS	KETERANGAN
< 17 tahun	STOP & TK
17-21 tahun	STOP & TK
21-24 tahun	STOP & TK
25-30 tahun	LANJUTKAN
30-35 tahun	LANJUTKAN
36-40 tahun	LANJUTKAN
41-50 tahun	LANJUTKAN
51-55 tahun	LANJUTKAN
>55 tahun	STOP & TK

Tidak tahu/tidak mau menjawab	STOP & TK
-------------------------------	----------------------

Berapa tepatnya usia Anda? 41 tahun

Q1c. Dapatkan Anda menyebutkan jenjang pendidikan terakhir yang Anda tempuh? SA

STATUS	KETERANGAN
Tidak lulus SD	STOP & TK
SD	STOP & TK
SMP	STOP & TK
SMA/Diploma 1-3	STOP & TK UNTUK SEGMENT PEMERINTAH LANJUTKAN UNTUK SEGMENT MASYARAKAT
Diploma 4/Sarjana/Pascasarjana	LANJUTKAN
Tidak tahu/tidak mau menjawab	STOP & TK

KHUSUS SEGMENT PEMERINTAH

Q2a.. Apa status pekerjaan Anda saat ini? SA

STATUS	KETERANGAN
Belum bekerja	STOP & TK
Bekerja paruh waktu (part time)	LANJUTKAN
Bekerja penuh waktu (fulltime)	LANJUTKAN
Sudah pensiun	STOP & TK

Tidak tahu/tidak mau menjawab	STOP & TK
-------------------------------	----------------------

Q2b. Pada instansi apa Anda bekerja? **SA**

STATUS	KETERANGAN
Bappeda Kab. Trenggalek	LANJUTKAN
Dinas Pariwisata Kab. Trenggalek	LANJUTKAN
Kecamatan Watulimo, Kab. Trenggalek	LANJUTKAN
Di luar Bappeda Kab. Trenggalek, Dinas Pariwisata Kab. Trenggalek, Kecamatan Watulimo, Kab. Trenggalek	STOP & TK
Tidak tahu/tidak mau menjawab	STOP & TK

Q2c. Sudah berapa lama Anda bekerja pada instansi tersebut? **SA**

STATUS	KETERANGAN
<5 tahun	STOP & TK
5-10 tahun	LANJUTKAN
>10 tahun	LANJUTKAN
Tidak tahu/tidak mau menjawab	STOP & TK

Q2d. Apakah Anda pernah terlibat dalam pekerjaan terkait perencanaan dan pengembangan pariwisata di Kabupaten Trenggalek setidaknya dalam 5 tahun terakhir?

STATUS	KETERANGAN
Ya	LANJUTKAN
Tidak	STOP & TK LANJUTKAN UNTUK PERHUTANI
Tidak tahu/tidak mau menjawab	STOP & TK

HANYA UNTUK SEGMENT MASYARAKAT POKDARWIS

Q3a. Apakah Anda tergabung dan terlibat secara aktif dalam Pokdarwis di wilayah kawasan wisata Prigi? **SA**

STATUS	KETERANGAN
Ya	LANJUTKAN
Tidak	STOP & TK
Tidak tahu/tidak mau menjawab	STOP & TK

Q3b. Apa peran dan kedudukan Anda dalam Pokdarwis yang Anda geluti?

Wakil Ketua

Q3c. Apakah Anda berencana untuk tetap terlibat dalam kelompok sadar wisata yang digeluti saat ini setidaknya hingga 5 tahun yang akan datang? **SA**

STATUS	KETERANGAN
Ya	LANJUTKAN
Tidak	STOP & TK
Tidak tahu/tidak mau menjawab	STOP & TK

LAMPIRAN C KODING TRANSKRIP WAWANCARA**LAMPIRAN C1**

Narasumber : Thatit Galih Bahana, S.E (B1), Anonim (B2)

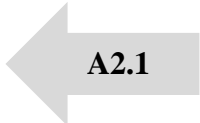
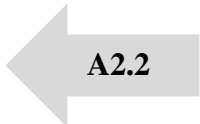
Instansi : BAPPEDA

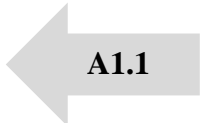
Interviewer : Jhon Jhohan Putra K.D. (J)

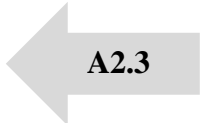
Tempat, tanggal: Kantor BAPPEDA Trenggalek, Selasa 7 Maret 2017

Durasi : 10.15 – 12.00 (105 menit)

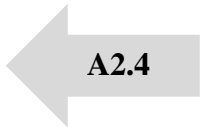
<i>INISIAL</i>	<i>DIALOG</i>	<i>KODE</i>
J	: Selamat Siang Pak, Saya Jhon dari ITS mau mengadakan wawancara untuk menggali informasi tentang kawasan wisata prigi	
B1	: Nggih mas. Apa yang bisa dibantu?	
J	: Pertama ini pak, nama bapak?	
B1	: Saya dengan Thatit Galih Bahana	
J	: Usia berapa pak?	
B1	: 32 Tahun	
J	: Nomor HP?	
B1	: 081333458010	

<i>INISIAL</i>		<i>DIALOG</i>	<i>KODE</i>
J	:	Baik pak langsung ke pertanyaan tentang kawasan prigi, yang pertama pak atraksi atau daya tarik alami dari kawasan prigi itu apa ya pak?	
B1	:	Kalau disana itu namanya 360. Itu kayak panggung theater gitu. Sudah pernah kesana to?	
J	:	Sampun Pak, tapi belum keliling-keliling.	
B1	:	Kalau ini memang, 360 itu kayak anu Mas, kayak tempat pertunjukan gitu. Tadinya itu cuma mau dibuat setengah lingkaran. Cuma karena apa dari masyarakatnya itu kalau orang Jawa ndak ilok kalau membelakangi laut, jadinya dibuat satu lingkaran penuh. Di situ ada gambar kayak apa ya kayak arah mata angin.	
J	:	Itu letaknya di pantai---.	
B1	:	Iya, pantai sebelah kalau dari gapura ya, gapura ke kanan itu kurang lebih 200 meter. Mungkin kurang lebih 200 meter.	
J	:	Itu dibuat tahun?	

INISIAL		DIALOG	KODE
B1	:	Kalau dibuatnya tahun 2016 kemarin. Jadinya ya kira-kira dua bulan ya Desember-an kalau nggak salah. Eh, ya nggak, November-Desember.	
J	:	Itu fungsinya memang buat pertunjukan?	
B1	:	Iya. Oh ya tadi yang yang yang apa yang wisata alami itu tadi anu apa namanya itu di sekitar pantai, <i>koyo</i> hutan bakau. Itu termasuk pantai kan, bisa jadi destinasi wisata juga itu. Selain itu apa ya, panorama dan lautnya sih mas kalau yang alami dan bisa dinikmati. Bah, Abah. Sik Mas.	
J	:	Nggih Pak.	
B1	:	Ning Prigi ki opo bakau-bakau kae? Opo jenenge?	
B2	:	Pantai anu pantai---.	
B1	:	Ning Prigi opo jenenge sing bakau-bakau?	
B2	:	Cengkrong, pantai Cengkrong.	
B1	:	Namanya Cengkrong.	
B2	:	Dari mana Mas?	
J	:	Dari ITS Pak.	
B2	:	ITS.	

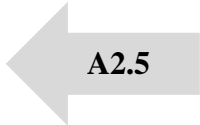
INISIAL		DIALOG	KODE
B1	:	Searching itu ada biasanya.	
J	:	Cengkong Pak nggih.	
B1	:	Iya.	
J	:	Terus itu Pak bagaimana sih respon masy-, cuma di dua itu aja yang buat-buatan?	
B1	:	Yang buatan kayaknya informasinya masih sebatas itu. Kalau ini ke depannya masih banyak.	
J	:	Nggih. Tadi tujuan dari rumah apung sendiri itu buat apa Pak?	
B1	:	Ya sebenarnya kalau tujuannya untuk menarik wisatawan kan di situ apa ya gencar-gencarnya itu dibikin untuk destinasi wisata kabupaten Trenggalek. Jadi untuk sementara ini kabupaten Trenggalek itu fokus ke anu ke opo ke daerah Prigi. Jadi di situ semua dieksplor. Entah itu ada apa air terjun, gua, ataupun itu semuanya dieksplor. Jadi salah satunya juga rumah apung, Rumah apung juga untuk menarik wisatawan. Kalau menurut humas DKP mas, itu bisa dibuat untuk <i>snorkling</i> ditengahnya rumah apung, kemudian bisa dipakai menginap juga dirumah apungnya.	

INISIAL		DIALOG	KODE
B1	:	Ini bukan hanya untuk spot foto sih. Apa ya, karena masih masih rintisan, jadi untuk sementara itu cuma apa ya kayak tadi buat renang ataupun mancing juga bisa. Kalau ya bisa juga buat spot foto bisa.	
J	:	Oke.	
B1	:	Niki saking ITS nggih? Tata Ruang ini Mas, tapi yang diteliti malah pariwisatanya? Oh ya. Ini alumni niki?	
J	:	Alumni ITS Pak.	
B2	:	Opo, (05:31).	
J	:	Pantai Prigi Pak.	
B1	:	Tata Ruang untuk pantai Priginya, untuk pariwisatanya. Jadi apa fokuskan untuk penataan ruang untuk pariwisata.	
J	:	Perencanaan kota Pak perencanaan wilayah kota.	
B1	:	Pantai Prigi.	
J	:	Maksudnya pendidikan? Mboten.	
B1	:	Hudu yo. Pun, nopo maleh?	
J	:	Itu Pak jadi untuk gimana respon-, oh tadi cuma dua ya Pak.	
B1	:	Iya.	

<i>INISIAL</i>		<i>DIALOG</i>	<i>KODE</i>
J	:	Dari sebelum sama sesudahnya bagaimnana sih respon masyarakat setelah dibuat dua tadi itu? Dua wisata buatan tadi itu?	
B1	:	Mayoritas masyarakat mendukung karena itu (panggung 360 dan rumah apung) juga menarik wisatawan kan juga otomatis menarik opo menambah pendapatan buat mereka. Apa dan juga kan otomatis ya itu kalau untuk pendapatannya. Kalau apa mungkin efeknya ya itu tadi apa menambah daya tarik untuk destinasi wisatanya.	
J	:	Oh ya Pak. Ini Pak jadi dana buat pembangunan tadi itu itu dari mana?	
B1	:	Kalau yang rumah apung itu sebagian swadaya tapi kalau yang 360 itu murni dari APBD.	
J	:	Dari APBD nya?	
B1	:	Iya. Terus kayak pembangunan-pembangunan pasarnya itu jadi wisata juga atau nggak kalau misalnya ada kayak toko souvenir. Itu masuk wisata?	
J	:	Bisa jadi.	

<i>INISIAL</i>		<i>DIALOG</i>	<i>KODE</i>
B1	:	Yang di situ kan juga menarik wisatawan untuk belanja atau melihat-lihat barang yang jadi kerajinan dari daerah situ.	
J	:	Bisa.	
B1	:	Kalau itu sebagian ada yang dari APBD, sebagian dari masyarakat, sebagian dari APBD. Karena di situ juga ada kios yang disediakan dari pemerintah daerah.	
J		Itu bentuknya semi permanen, atau permanen, atau gimana Pak?	
B1	:	Kalau yang kios-kiosnya ada yang mungkin yang dari masyarakat itu mungkin semi permanen. Kalau yang dari APBD apa dari kabupaten dari pemerintah daerah itu sifatnya sudah permanen. Dan nanti ini untuk yang tahun 2017 ini nanti itu ada kayak kayak foodcourt apa ya kayak peti kemas itu apa namanya, nah itu, nanti di situ kan juga dari dana kalau itu sifatnya mungkin semi permanen, kan bisa dibongkar pasang kalau itu.	
J	:	Oh gitu.	
B1	:	Nggih.	
J	:	Jadi makan-makan di situ?	
B1	:	Ya, ya makan, ya untuk tempat hasil kerajinan, oleh-oleh.	

<i>INISIAL</i>		<i>DIALOG</i>	<i>KODE</i>
J		Dari peti bongkar muat?	
B1	:	Ya. Sebenarnya ada tiga kalau nggak salah pengadaannya. Nantinya ditemnpatkan di sana.	
J	:	Nggih Pak. Kalau ini Pak itu nggak sih Pak ada semacam kayak kritikan terhadap pembangunan itu dari masyarakat atau dari mana, terhadap pembangunan atraksi buatan tersebut?	
B1	:	Kritikannya ya itu tadi, kan waktu pertama, pertama itu kan mau dibuat cuma setengah lingkaran.	
J	:	Oh gitu.	
B1	:	Iya. Nah karena kepercayaan dari masyarakat sama, kalau kan hadapnya ke utara. Jadi cuma setengah lingkaran. Jadi setengah lingkaran gini, setengah lingkaran dan itu kayak tangga gitu, tangga saf-saf gitu. Nah itu kita pertunjukan di sini, penontonnya di sini. Nah itu kalau kita membelakangi pantai itu nggak boleh, kata orang sana itu nggak iloklah. Ya nggak tahu mungkin apa akan cilaka atau apa nggak tahu. Akhirnya ya tadi sarannya dibuat penuh.	
J	:	Lingkaran.	

<i>INISIAL</i>		<i>DIALOG</i>	<i>KODE</i>
B1	:	Ya. Kalau yang rumah apung sejauh ini belum ada kritik. Mungkin kalau sarannya untuk lebih dikembangkan lagi. Kalau kritiknya apa ya kurang variatif juga. Terus apa airnya di situ airnya kan kalau di kayak mana, wisata bahari di laut-laut lain kan itu bisa hijau biru bisa apa ya kelihatan sampai bawah. Kalau di sini itu memang memang airnya itu nggak bisa seperti itu. Mungkin kalau dari penelitian dari pihak UM kemarin itu dikarenakan ketika hujan itu air yang ada di tanah itu masuk ke laut membuat opo yo airnya itu jadinya itu kayak keruh gitu, coklat. Dan nggak bisa, yang lain bisa hijau biru itu, air itu nggak bisa. Ya cuma mungkin itu, mungkin apa kayak mungkin nantinya sarannya dibuat kayak apa biar air lautnya itu bisa jernih gitu.	
J	:	Berikutnya ini Pak tentang fasilitas.	
B1	:	Fasilitas.	
J		Nggih. Ini pertama tentang pusat informasi. Jadi kalau di pantai Prigi sendiri ada nggak Pak semacam tempat pusat informasi?	
B1	:	Prigi pusat informasinya, bentar ya tak tanyain dulu ke anu. Di sana itu ada. Ada cuma mungkin dikarenakan apa ya kurangnya personil jadi nggak bisa stand by setiap saat di situ.	
J	:	Oh gitu.	

INISIAL		DIALOG	KODE
B1	:	Yang mungkin ke depannya apa ya bisa lebih baik. Jadi setiap ada wisatawan yang membutuhkan informasi di situ ada personilnya yang memberikan informasi cukup.	
J	:	Ya Pak. Kalau letaknya ada Pak, itu letaknya di bagian mananya?	
B1	:	Letaknya di apa di pantai Karanggongso.	
J	:	Karanggongso.	
B1	:	Terus ini yang ini yang tahun 2017, kalau nggak 2018 itu nanti ada pembangunan lagi pusat informasi di situ di sebelah selatannya, ya sebelah selatan kalau nggak sebelah utaranya hotel Prigi.	
J	:	Hotel Prigi.	
B1	:	Ya. Tahu kan hotel Prigi?	
J	:	Tahu Pak.	
B1	:	Nah yang itu. Di sebelah kanannya. Berarti selatannya ya.	
J	:	Selatan. Berarti yang skearang masih hutan, hutan apa?	
B1	:	Ya, kayak masih yang di situ. Itu kan masih rancangan. Nah karena di Karanggongso mau dibangun lebih mungkin lebih luas lagi itu nggak ada tempatnya. Karanggongso juga di sana kan wilayah perhutani. Jadi kita mau bangun sarana fasilitas di situ harus persetujuan perhutani dan apa ya itu nantinya mutlak bukan milik pemda.	

INISIAL		DIALOG	KODE
J	:	Punya perhutani?	
B1	:	Iya.	
J	:	Milik perhutani secara mutlak, oke	
B1	:	Izinnya itu lo, lebih ribet itu.	
J	:	Iya Pak, dua instansi soalnya.	
B1	:	Iya	
J		Berarti itu dibangun tahun 2018? 2017 atau 2018 Pak itunya yang di sebelah Prigi itu?	
B1	:	Kalau nggak salah itu 2017 kalau nggak salah.	
J	:	2017.	
B1	:	Ya.	
J	:	Kalau yang di pantai Karanggongso itu itu Pak kondisinya selain personilnya kurang itu apalagi kondisinya, bangunannya masih layak atau bagaimana pak?	
B1	:	Mungkin karena sudah lama jadi kurang, ya itu tadi mau dipindah ke dekat hotel yang notabene di situ kan nanti wisatawan bisa menginap di hotel dan bisa mencari informasi di pusat informasinya itu. Nah di	

<i>INISIAL</i>		<i>DIALOG</i>	<i>KODE</i>
		sana itu mau dibangun di sana itu sudah nggak ada tempat dan milik perhutani.	
J	:	Nggih Pak. Kalau sejauh ini Pak tugasnya pusat informasi itu cuma apa tugasnya pusat informasi?	
B1	:	Tugasnya apa ya memberikan informasi yang terkait dengan apa tempat wisata yang ada di situ. Mungkin sejarahnya bisa tempat-tempat untuk apa spot-spot yang bagus itu untuk apa kayak mandi di pantai. Ini kan apa ya tergolong lebih aman dibandingkan dengan pantai yang lain. Maksudnya kalau apa ya kayak palungnya itu lebih luas. Beda lagi di Munjungan sama di Pelang, Pelang mana Panggul, itu pantainya pantai lepas.	
J	:	Langsung laut.	
B1	:	Iya.	
J		Kalau yang ditempatkan di ini Pak di pusat informasi itu dari mana orangnya, dari masyarakat sendiri atau dari mana?	
B1	:	Dari masyarakat sendiri, tapi itu (orang yang bekerja di pusat informasi) ikut dari dinas pariwisata.	
J	:	Oh digaji tadi?	
B1	:	Dihonori.	

<i>INISIAL</i>		<i>DIALOG</i>	<i>KODE</i>
J	:	Nggih. Masyarakat lokalnya sendiri ya Pak.	
B1	:	Iya. Dan mungkin sebagian ada juga yang dari dinas pariwisata langsung untuk membimbing untuk mengarahkan kalau ketika ada yang nanyain informasi itu seperti apa, itu harus penyampaianya seperti apa selain dari masyarakatnya sendiri itu yang apa yang tahu sejarahnya gimana, seperti apa kondisinya lapangan seperti apa.	
J	:	Iya Pak. Kalau di sini Pak kalau sekarang saya ke bidang yang lain tentang fasilitas kesehatan. Kalau di sini sudah ada poskonya atau belum?	
B1	:	Fasilitas kesehatan itu pantainya kan sebenarnya dekat dengan puskesmas.	
J	:	Oke.	
B1	:	Jadi mungkin kalau seandainya ada katakanlah ada insidenlah itu nggak terlalu jauh dengan pusat pengobatan apa pusat pertolongan pertamanya.	
J	:	Oke.	
B1	:	Sementara cuma itu. Kalau yang lain belum ada. Jadi---.	
J	:	Masih di puskesmas itu Pak ya?	
B1	:	Iya.	

<i>INISIAL</i>		<i>DIALOG</i>	<i>KODE</i>
J	:	Pusat kesehatannya.	
B1	:	Fasilitas kesehatannya. Untuk daerah Prigi lo.	
J	:	Prigi.	
B1	:	Nggih.	
J	:	Kalau dari pantainya sampai ke puskesmas kira-kira berapa jauh jaraknya Pak?	
B1	:	Mungkin apa ya kurang lebih 1-2 kilo	
J	:	1 sampai 2 kilo.	
B1	:	Iya	
J	:	Nggih. Berarti mungkin bisa ditempuh dalam waktu 5 menit lah.	
B1	:	Iya.	
J	:	Nggih.	
B1	:	Dan ini nanti apa ya nanti juga masuk di pengamanan ya. Ini ada kayak apa penjaga pantainya. Jadi di situ ketika ada yang katakan ada yang kecelakaan gitu, itu nanti ada personil dari dinas pariwisata yang memberikan pertolongan pertama dan pengamanannya.	
J	:	Ya	

<i>INISIAL</i>		<i>DIALOG</i>	<i>KODE</i>
B1	:	Sebenarnya sudah ada cuma belum optimal. Tahun 2017 ini mau dioptimalkan	
J	:	Dioptimalkan dengan cara diperbanyak atau di---.	
B1	:	Ya diperbanyak dan juga ditertibkan. Dan lebih ter- apa ya tertatah, tersistematis gitu. Sementara kan belum apa ya belum optimal. Ada, cuma belum berjalan sesuai dengan ya ketentuan ataupun harapan. Dan kalau-, nggih pun monggo.	
J	:	Kalau di sini yang itu Pak kira-kira dari fasilitas kesehatannya ini yang puskesmas sendiri sudah mencukupi nggak Pak buat pantai dan sekitarnya?	
B1	:	Sementara masih apa sementara sudah mencukupi. Apa ya, mungkin kalau kalau yang katakanlah ada kecelakaan di pantainya. Ketika memang kalau untuk pertolongan pertama itu sudah cukup. Tapi untuk sampai ada operasi itu tetap ke rumah sakit Trenggalek.	
J	:	Trenggalek Pak ya.	
B1	:	Iya. Kalau untuk pertolongan pertama ataupun anu cukup di situ. .	
J	:	Di situ oke	

INISIAL		DIALOG	KODE
B1	:	Masalahnya gini, kalau di puskesmas yang daerahnya jauh dari rumah sakit itu fasilitas memang diberikan lebih daripada puskesmas yang ada di dekat dengan rumah sakit, katakanlah di Gandusari. Tahu Gandusari kan? Gandusari, Pogalan, Durenan, Kampak, Karang, sama yang di Munjungan, Watulimo, sama Panggul itu fasilitasnya beda. Jadi apa ya kalau di puskesmas situ mungkin alatnya apa di dekat dengan rumah sakit itu terbatas. Kalau yang jauh dari rumah sakit itu ya kita kan 50% ataupun 45% bisa mendekati dengan rumah sakit. Jadi kayak alat-alatnya itu lebih lebih lengkap di puskesmas yang jauh dari rumah sakit, mungkin seperti itu kalau kelengkapannya.	
J	:	Kalau tenaga personilnya Pak itu sudah---	
B1	:	Tenaga personil kemarin dapat dari dapat dari dinas kesehatan itu kan dibawah wewenang dinas kesehatan, kalau personil di apa di puskesmas itu sudah memenuhi semua.	
J		Memenuhi semua.	
B1	:	Ya, jadi di situ ada dokter, dokter umum, dokter gigi, sama perawatnya juga banyak. Dan kalau memang apa memang karena ini kan ada belum ada penerimaan lagi yang untuk PNS nya itu kebijakan dari dari puskesmasnya sendiri itu apa ya, tenaga harian lepas. Jadi basicnya	

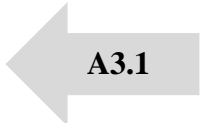
<i>INISIAL</i>		<i>DIALOG</i>	<i>KODE</i>
		tenaga harian lepas itu banyak dari perawat dan bidan. Jadi kalau untuk personilnya dirasa sudah cukup.	
J	:	Sudah cukup berarti pak ya?	
B1	:	Nggih.	
J	:	Apakah itu Pak jam operasionalnya itu?	
B1	:	Kalau di puskesmas yang selain di kota, maksudnya kota itu yang di Rejowinangun sama di Kelutan itu yang lain itu ada rawat inapnya.	
J	:	Rawat inap.	
B1	:	Iya, keseluruhan kecamatan, eh keseluruhan kecamatan itu ada rawat inapnya. Jadi apa ya operasionalnya kalau ada rawat inap itu 24 jam.	
J	:	Stand by terus.	
B1	:	Iya, stand by terus. Kalau ada yang kecelakaan ataupun yang sakit mendadak itu pertolongan pertama itu di puskesmas. Jika memang di situ alat maupun penanganannya tidak bisa, itu dirujuk ke pusat.	
J	:	Nggih. Berikutnya itu Pak tentang fasilitas pengamanan, gimana Pak kalau di pantai Prigi?	
B1	:	Fasilitas pengamanan kemarin dari pihak kepolisian, pihak kepolisian itu ada polisi pantai, tapi sejauh ini masih belum optimal. Nah mungkin mungkin dikarenakan kurang koordinasinya juga. Jadi untuk	

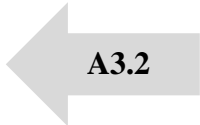
INISIAL		DIALOG	KODE
		tahun ini dan untuk ke depannya itu mau itu tadi lebih dioptimalkan lagi dikarenakan sekarang kan juga ya itu tadi ada rumah apung, ada yang lain-lain, itu kan perlu lebih banyak pengamanan dan ada tahun 2018 kemarin baru dibahas itu mau dibikin apa kayak baywatch. Jadi ada ada kayak pertolongan pertama. Jadi ketika ada yang tenggelam ataupun anu itu nanti ada seperti itu.	
J	:	Ada kayak punya petugas pantai, penjaga pantainya.	
B1	:	Nah iya. Jadi ya mungkin ada menaranya, jadi ada menaranya, terus ada petugasnya yang stand by setiap saat mengawasi yang apa wisatawan yang mandi di situ.	
J	:	Kalau tadi Pak yang kurang optimnal itu maksudnya optimal itu kayak seperti apa yang idealnya?	
B1	:	Jadi gini, kayak mungkin kayak polisi ya, polisi pantai itu kan biasanya kan ya apa beroperasi beroperasinya itu masih katakan nggak 24 jam. Jadi mungkin keamanannya di situ belum belum sesuai standar gitu. Maksudnya polisinya juga belum ada, pihak pengamannya belum ada, terus penjaga pantainya juga belum ada gitu. Jadi belum optimal. Kalau polisinya sudah sudah itu kan kewenangan dari pihak kepolisian. Itu memang sudah apa ya sudah ketentuan dari pusat kalau di pantai itu ada polisi pantai yang berasal dari pihak	

INISIAL		DIALOG	KODE
		kepolisian. Jadi pihak pemda nggak bisa ikut campur untuk dalam itu. Nah kemungkinan tindakan dari pemdanya itu lebih berkoordinasi. Iya, dengan kepolisian untuk penjagaan pantai sebagai polisi pantai.	
J	:	Kalau itu Pak kalau di sini ada kayak SOP keamanannya, SOP---	
B1	:	Ada kalau SOP keamanannya ada di-, tapi itu datanya di dinas pariwisata.	
J	:	Dinas pariwisata, oke.	
B1	:	Mungkin kalau kalau perlu bisa datang ke dinas pariwisata, prosedurnya juga seperti ini tadi. Jadi kayak ke apa ya sudah ada surat ijinnya?	
J	:	Ya sudah semua Pak, sudah semua.	
B1	:	Di dinas pariwisata sudah?	
J	:	Sampun.	
B1	:	Oh ya, di sana bisa minta, mungkin ke bagian umumnya.	
J	:	Ya. Jadi kalau ini Pak saya berikutnya ke fasilitas ibadah, gimana kalau di sana?	
B1	:	Di dekatnya pantai kan itu juga perumahan masyarakat.	

INISIAL		DIALOG	KODE
J	:	Nggih.	
B1	:	Jadi rumah masyarakat, di situ juga ada masjid. Jadi kemungkinan kalau kalau dari pantainya, terus ingin melaksanakan ibadah juga nggak terlalu jauh. Jadi apa kalau mungkin yang dari yang dari agama lain mungkin itu belum ada yang dari anu. Jadi mungkin agak jauh yang dari yang dari mungkin dari Kristen atau Hindu. Kalau yang dari agama Islam itu di situ. Nggak sampai mungkin nggak sampai 100 eh ya lebih, mungkin nggak sampai 200 meterlah dari bibir pantai, masjidnya itu. Sudah ada. Dekat dengan hotel Prigi kalau nggak salah itu. Jadi di sini hotel Prigi, di sana masjidnya itu. Masjidnya gede kok.	
J	:	Itu sudah fasilitasnya sudah bagus atau kayak semacam masih ada rusak-rusaknya?	
B1	:	Masjidnya?	
J	:	Iya.	
B1	:	Terakhir saya ke sana itu membangunnya itu hampir selesai. Jadi dari masjid lama, dibangun jadi besar, masjid itu kan bisa masjid kecamatan. Jadi kalau masjid kecamatan itu kan biasanya gede-gede. Masjid jami' gitu lo. Nah itu. Di situ gede itu. Jadi kalau mungkin pembangunannya belum 100%, tapi sudah layak untuk ditempati.	

<i>INISIAL</i>		<i>DIALOG</i>	<i>KODE</i>
J	:	Kalau ini Pak dari akomodasi, akomodasi itu Pak seperti penginapan, makan dan lain sebagainya itu gimana Pak di sini?	
B1	:	Iya, kalau tempat penginapannya di sana juga disediakan hotel ya. Kalau tempat untuk makan mungkin dari warung masyarakat biasa, maksudnya masyarakat masyarakat di wilayah itu. Dan ke depannya kalau dari sisi penginapan itu tadi, di sana sudah disediakan hotel dan hotelnya juga sudah ada restorannya. Tapi ke depannya itu nanti tahun 2018 itu kita merencanakan apa ya foodcourt. Nah itu. Jadi ya tadi yang kayak peti kemas tadi di situ juga nanti ada tempatnya untuk makanan. Jadi mungkin dari sisi tempat makannya itu, dari sisi penginapannya ada hotel tadi.	
J	:	Kalau itu Pak harganya kira-kira berapa harganya?	
B1	:	Harganya itu bervariasi.	
J	:	Oh berarti hotel itu cuma beberapa yang di sana?	
B1	:	Kalau di sana hotelnya cuma satu. Jadi kemungkinan kalau apa walaupun harganya mungkin ya lebih intinya ke masyarakatlah, nggak terlalu tinggi. Jadi kayak bukan kayak swasta, jadi kayak apa ya tarifnya ya umum.	

<i>INISIAL</i>		<i>DIALOG</i>	<i>KODE</i>
J	:	Di kelola pemda tapi personilnya di dalam hotel itu masyarakat sendiri atau dari pemda?	
B1	:	Ya, sebagian ada masyarakat, sebagian ada yang dari pemda. Jadi ya mungkin yang di kantornya itu dari pemda, karena kan masalah administrasinya. Dan juga mungkin ada yang tadi apa tenaga harian lepas. Tenaga harian lepasnya diambil dari masyarakat.	
J	:	Oh ya, masyarakat ya. Kalau dari ini Pak dari fasilitas hiburan di pantai Prigi ada apa saja?	
B1	:	Ya itu tadi di apa di 360 itu apa ya ada kayak pertunjukan gitu kayak apa pentas seni gitu, terus apa ada kalau di sini jaranan.	 A3.1
J	:	Jaranan?	
B1	:	Nah itu yang jadi apa ya sementara untuk pertunjukannya. Kalau yang lain masih belum.	
J	:	Kalau tadi itu yang dua itu Pak pentas seni sama jaranan itu kapan dilaksanakannya? Tiap harikah atau tiap minggu?	

<i>INISIAL</i>		<i>DIALOG</i>	<i>KODE</i>
B1	:	Oh kalau anu pertunjukan seninya juga opo yo kayak larung, larung apa tumpeng gede gitu, nah itu di sana, namanya kalau nggak salah. Namanya kan beda, di Watulimo itu ada semboyo, di Prigi ada semboyo. di Munjungan ada sengkangan. Tapi apa ya intinya itu sama. Jadi kayak wujud syukur dari masyarakat atas hasil dari laut gitu. Kalau dipelaksanaannya yang kayak jaranan pentas seni itu belum pasti, apa ya nggak pasti. Jadi ketika ada event-event tertentu mungkin acara Agustusan ataupun acara mungkin ada hari khusus gitu. Kalau larung semboyo itu kalau nggak salah itu apa ya 1 Suro ki opo Mas?	
J	:	Ya 1 Suro Pak.	
B1	:	Ya itu tanggal itu. Jadi Suroan itu.	
J	:	Oke. Berarti kalau biasanya yang ngadakan acara kayak tadi kayak pentas seni, jaranan itu siapa itu Pak?	
B1	:	Biasanya kalau itu kecamatan juga ada, dari masyarakat juga ada. Masyarakatnya itu mungkin kayak kemarin pentas seninya itu dari mahasiswa UM, itu kan untuk juga untuk keperluan tugas akhir. Jadi ada tugas akhir dari kampus, diwajibkan untuk melakukan pertunjukan di masyarakat dan di situ disaksikan oleh masyarakat dan juga dosennya, di situ juga penilaian. Jadi jadi belum tentulah.	

INISIAL		DIALOG	KODE
		Maksudnya untuk pertunjukan itu nggak pasti kapan waktunya itu nggak pasti.	
J	:	Ya. Kalau dari parkirnya Pak di sana gimana?	
B1	:	Parkirnya kalau parkirnya itu tempatnya luas karena kan belum tertata rapi untuk apa ya khusus untuk tempat parkir itu belum ada. Cuma apa ya sudah ada di-, jadi gini Mas, yang perlu dibenahi lagi kemarin itu jadi di pinggir pantai itu ada kayak toko semi permanen. Jadi di bibir pantainya jadi ketika, biasanya kan kita di sini sudah apa istilahnya mungkin 50 meteran dari bibir pantai itu dari pemda sudah dibuatkan apa kios-kios. Tapi dikarenakan masyarakatnya itu apa ya ada inisiatif untuk bikin di situ, jadi di antaranya ini dijadikan tempat parkir. Jadi ketika ada yang belanja di kios-kiosnya itu nggak bisa lagi melihat pantainya secara luas, los gitu. Jadi itu. Jadi diantaranya sini sama ini jadi tempat parkir. Ini kalau pun di sini nggak ada nanti biasanya masyarakat itu di depan kiosnya itu parkirnya. Kalau tempat parkir khususnya belum, belum ada.	
J	:	Tapi kalau yang masih umumnya masih---.	
B1	:	Iya, di sana masih luas Mas, masih los gitu. Jadi belum banyak memanfaatkan.	

<i>INISIAL</i>		<i>DIALOG</i>	<i>KODE</i>
J	:	Ya. Kalau itu ada nggak Pak parkir yang dia stand by 24 jam penuh atau dia sampai ada batas waktunya sendiri?	
B1	:	Sementara belum ada. Cuma di hotelnya ada parkir 24 jam. Kalau yang di sekitar pantai itu belum ada.	
J	:	Kira-kira itu jam berapa sampai jam berapa mungkin maksimal?	
B1	:	Kalau parkir-parkir---.	
J	:	Yang pantai.	
B1	:	Biasa itu ya?	
J	:	Ya.	
B1	:	Yang katakanlah parkir liar.	
J	:	Nggih.	
B1	:	Ya apa ya mungkin kalau yang ada penarikannya, penarikan katakanlah penarikan ada karcisnya gitu ya, itu mungkin ketika ada acara-acara, jadi ada acara tahun baruan, 17 Agustusan gitu. Biasanya di situ ada acara kayak apa ya dangdut biasanya di situ ada. Kalau di pantai Prigi semuanya kalau pantai Prigi ya itu kayak acaranya itu bisa dipastikan yang pertama itu larung semboyo, yang kedua itu tahun baruan. Setiap tahun baru mesti ada pertunjukannya. Ya entah itu entah itu apa pasti ada.	

INISIAL		DIALOG	KODE
B1	:	Nggak, nggak bisa dipastikan. Kalau sampai sejauh ini yang bisa dipastikan itu cuma dua itu.	
J	:	semboyo sama tahun baruan.	
B1	:	Iya tahun baruan. Tahun baruan itu apa ya ya dari Tulungagung, dari Kediri, mungkin yang dari Blitar juga ada, dari Trenggalek itu sendiri, itu kebanyakan di sana tahun baru. Kebanyakan mesti macet	
J	:	Iya. Berikutnya tentang ini Pak utilitasnya , kalau dari air bersih di sana gimana?	
B1	:	Air bersih apa ya kalau air bersih itu masih, masih terbatas ya. Biasanya kan apa ya mungkin dari sumur. Kalau dari tamunya di hotelnya.	
J	:	Oh di hotelnya ya.	
B1	:	Iya, kalau di daerah pantainya itu mungkin ada kalau mandi umum itu ada. Apa tu asalnya dari sumur biasa. Air bersih itu maksudnya air bersih untuk mandi atau untuk minum?	
J	:	Dua-duanya aja Pak.	
B1	:	Dua-duanya. Kalau minum ya kita kebanyakan dari air mineral. Kalau di perumahannya mungkin dari air sumur.	
J	:	Air sumur.	

INISIAL		DIALOG	KODE
B1	:	Ya.	
J	:	Itu kualitas airnya gimana? Asin atau benar-benar tawar Pak?	
B1	:	Kalau jaraknya itu jarak jarak apa ya jarak toko, maksudnya apa jarak ya kiosnya dari bibir pantai itu nggak terlalu jauh asin itu masih ada kayak asin-asinnya itu masih ada. Tapi kalau yang lumayan jauh itu sudah sudah tawar. Yang untuk air minum memang kebanyakan dari air mineral.	
J	:	Air mineral?	
B1	:	Iya.	
J	:	Jadi warga itu ngebor sendiri airnya.	
B1	:	Iya, biasanya pakai sumur bor itu biasanya.	
J	:	Dan tiap rumah sendiri atau ada kayak semacam kelompok-kelompokan?	
B1	:	Ada, sebagian juga ada yang dari apa PDAM. Tapi kan nggak semuanya pakai PDAM. Nah mungkin pendistribusiannya yang kurang atau anu gimana, masyarakat kebanyakan milih apa yang dari sumur.	
J	:	Yang gratis.	
B1	:	Ini nggak gratis kan, pakai pakai listrik kok, nggak gratis.	

INISIAL		DIALOG	KODE
J	:	Oh ya. Berarti pakai berarti bukan yang gini nimba sama gini, berarti yang pakai sanyo gitu?	
B1	:	Mungkin yang kalau yang pakai timba itu kan yang jauh dari anu dari bibir pantai. Kalau yang dekat yang sekarang-sekarang itu kebanyakan pakai sanyo.	
J	:	Kalau dari itu Pak sampah persampahannya gimana?	
B1	:	Itu yang jadi masalah. Maksudnya apa ya kan kalau di sini kan sampah kan jadi masalah ya agak-agak agak berat maksudnya kan ketika ada acara itu sampah mesti banyak dan untuk pembuangan akhirnya itu masih dirasa masih minim. Jadi apa ya, kesadaran lingkungannya juga belum tinggi. Jadi masih banyak yang buang sampah di belakang kios itu. Jadi belum optimallah untuk penanganan sampahnya.	
J	:	Yang ditaruh di belakang kios itu mereka timbun, bakar, atau---.	
B1	:	Ada yang dibakar, ada yang dibiarkan.	
J	:	Apakah di sana nggak ada petugas Pak, petugas sampah?	
B1	:	Ada petugas itu. Cuma kan belum mampu untuk kalau untuk me- apa ya, menjangkau semuanya. Jadi cuma ya mungkin yang di sekitar bibir pantai ini atau di depan kiosnya itu.	
J	:	Oh tapi dia sudah itu Pak dilengkapi dengan kayak gerobag?	

<i>INISIAL</i>		<i>DIALOG</i>	<i>KODE</i>
B1	:	Iya. Jadi diambil pakai ada yang menyapu, ada yang diambil gerobag, dibuang ke tempat pembuangan akhir.	
J	:	Nggih. Tempat TPS nya di mana Pak, di sekitar Prigi juga?	
B1	:	Ada, lokasinya apa ya lokasinya kurang tahu tapi ada di sana.	
J	:	Ada di sana ya. Oke. Kalau itu Pak dari jaringan listrik gimana di sana?	
B1	:	Sejauh ini sudah terpenuhi semua, maksudnya apa ya masyarakat sana sudah menggunakan listriknya semua. Kalau sampai yang di bibir pantai yang kios di bibir pantai tadi juga pakai listrik. Ngambilnya dari kios, kios yang sebelah utara, yang sebelah utara ngambilnya.	
J	:	Jadi nyalur gitu Pak?	
B1	:	Iya, nyalur. Kalau listriknya itu sebenarnya nggak ada masalah.	
J	:	Oke. Berarti dari PLN atau solar cell gitu?	
B1	:	Dari PLN, banyak yang dari PLN. Kalau solar cell sementara ini masih dari penerangan jalan aja belum semua, masih sebagian. Sebagian kecil malah, belum ada.	
J	:	Ini Pak berikutnya mungkin itu Pak sanitasi sih. Sanitasi, iya kayak semacam WC, jamban, dan sebagainya itu mereka gimana, toilet?	

<i>INISIAL</i>		<i>DIALOG</i>	<i>KODE</i>
B1	:	Itu tadi toilet umum iya, di sana toilet umum. Ya dan ya, ning kono akeh toilet umum yo ning Watulimo, ning pantaine? Nggak okeh banget tapi disediakan.	
J	:	Mereka bentuknya kayak leher angsa atau kayak jebluk langsung gitu?	
B1	:	Jadi mandi, mandi sama-, oh yang jambannya?	
J	:	Nggih.	
B1	:	Oh jambannya iya leher angsa.	
J	:	Leher angsa?	
B1	:	Iya, yang duduk-, yang jongkok.	
J	:	Nggih jongkok.	
B1	:	Jongkok gitu, bukan yang duduk gitu.	
J	:	Kalau itu Pak apa ya irigasi, irigasi itu apa ya irigasi apa drainase.	
B1	:	Jalan itu to?	
J	:	Iya, itu gimana? Kalau buang air atau---.	
B1	:	Drainase jalan sing pinggire dalan iku wis terpenuhi yo?	
B2	:	Yang mana, yang Masnya yang mana?	
J	:	Pantai Prigi Pak.	
B1	:	Pantai---.	

INISIAL		DIALOG	KODE
B2	:	Pantainya itu---.	
B1	:	Belum yo?	
B2	:	Salurannya.	
J	:	Ya salurannya.	
B1	:	Kalau di depan hotelnya ada, maksudnya di pantainya. Iya, depan hotel yang kembar itu, dalam kembar itu ya. Nah itu sudah ada. Kalau yang di pantainya belum ada.	
J	:	Berarti kalau misalnya yang saya mandi Pak, mandi di toilet itu. Itu airnya disalurkan ke mana?	
B1	:	Banyune diguak nang anu berarti, nang lemah---.	
B2	:	Kayaknya pakai semacam anu Mas, resapan. Oh resapan tunggal. Berikutnya Pak, kalau sekarang ke transportasi.	
B1	:	Iya, transportasi.	
J	:	Kalau di sana moda umumnya gimana, maksudnya kendaraan umumnya?	
B1	:	Kendaraan umumnya. Lung Watulimo isih mlaku to?	
B1	:	Opone?	
J	:	Anune, kendaraan umume.	

<i>INISIAL</i>		<i>DIALOG</i>	<i>KODE</i>
B1	:	MPU to?	
J	:	Ya.	
B1	:	MPU nya masih, cuma kalau intensitasnya biasane itu setiap istilahe ada pasaran ngono lo.	
J	:	Ya, jadi hari-hari pasar.	
B1	:	Hari pasar itu kan nggak setiap hari. Kalau di sini kan opo dinone Pon, Legi Kliwon.	
J	:	Hari pasaran beroperasinya.	
B1	:	Kalau hari normal ya jarang.	
B1	:	Jarang, jadi nggak nggak nggak katakanlah ada 10 armada gitu, kalau pas hari pasaran berangkat semua, kalau nggak pasaran itu cuma mungkin berapa dua atau tiga yang hari---.	
J	:	Yang hari biasa?	
B1	:	Jadi untuk transportasi kebanyakan untuk masyarakat itu pakai kendaraan sendiri.	
J	:	Pribadi?	
B1	:	Iya. Atau mungkin kalau wisatawan pakai bus wisata gitu biasanya gitu. Kalau untuk kendaraan ke sananya itu ya itu tadi belum---.	

<i>INISIAL</i>		<i>DIALOG</i>	<i>KODE</i>
J	:	Jarang.	
B1	:	Ya masih jarang, masih.	
J	:	Kalau itu Pak dari kualitas jalannya sendiri gimana?	
B1	:	Ini sudah bagus. Jadi apa ya untuk tahun 2016 kemarin kan dilakukan pembenahan, transportasi. Jadi menurut kami sudah sudah bagus, cuma mungkin perlu pembenahan lebih lanjut. Jadi banyak apa ya apa namanya aspalnya perlu dilebih dikuatkan gitu, terus opo tembok penahan jalannya itu lebih dikuatkan karena kemarin kan baru baru saja ambles, ya ambles.	
J	:	Penahan jalan?	
B1	:	Iya, penahan jalannya untuk ke arah Priginya. Jadi di daerah Watulimonya situ.	
J	:	Iya Pak. Ini Pak untuk penunjuk jalannya itu gimana Pak?	
B1	:	Penunjuk jalannya itu-. Dan, ning kono penunjuk jalane ki akeh sing ilang opo isih?	
B1	:	Sing kawasan wisata opo untuk lalu lintas?	
J	:	Untuk transportasi. Mungkin kayak nanjak, menggok.	
B1	:	Masih.	

<i>INISIAL</i>		<i>DIALOG</i>	<i>KODE</i>
J	:	Masih lengkap ya pak?	
B1	:	Yo kalau sana yo termasuk masih lengkap, masih bagus.	
B1	:	Masih lenkap. Soale nang Panggul ilang.	
B1	:	Nek kono kan sering---	
J	:	Nggih pak..	
J	:	Itu Pak. Berikutnya ke bidang kelembagaan. Kami baginya tentang kelembagaan masyarakat sama kelembagaan pemerintah. Kalau di sana di Prigi sendiri kelembagaan masyarakatnya apa aja ya Pak?	
B1	:	Itu mungkin yang lebih lebih apa ya lebih paham itu mungkin di dinas pariwisata.	
J	:	Dinas pariwisata ya.	
B1	:	Ya, kelembagaan masyarakat, kalau untuk kelembagaan pemerintahnya ada di desanya itu jadi kecamatan sama di desanya, balai pemerintahannya. Masyarakat ini kan banyak, kayak LSM-LSM nya itu.	
J	:	Kalau untuk lembaga pemerintah yang mengelola disana bagaimana pak ?	

<i>INISIAL</i>		<i>DIALOG</i>	<i>KODE</i>
B1	:	Kalau lembaga yang terlibat itu lintas instansi, sedangkan untuk yang mengelola itu dari dinas pariwisata.	
J	:	Iya Pak. Berikutnya ini Pak tentang politik pemerintah.	
B1	:	Nggih.	
J	:	Kalau di sini kebijakan pengembangan dari pantai Prigi sendiri itu gimana dari kebijakannya?	
B1	:	Selain dari bawah, usulan dari bawah, dari masyarakat sendiri, jadi kita juga ada kayak apa ya master plan untuk pengembangan dari wilayah pantai Prigi nggih. Jadi pantai Prigi untuk ke depannya seperti apa itu kita dari pemerintah daerah kita sendiri dan juga dari masyarakat juga ada sendiri untuk pariwisatanya maupun untuk perniagaannya. Mungkin kayak Prigi itu nanti ke depannya juga dibuat pelabuhan, itu selain untuk pariwisata juga dibuat pelabuhan.	
J	:	Itu rencana tahun berapa Pak pelabuhan itu?	
B1	:	Itu masih, masih kemarin itu masih dikonsultasikan ke pusat sama pak bupati. Untuk realisasinya secepatnya.	
J	:	Oh ya. Berarti sekarang master plan nya sudah jadi atau masih proses?	
B1	:	Masih proses.	

<i>INISIAL</i>		<i>DIALOG</i>	<i>KODE</i>
J	:	Oh. Itu Pak kalau di sini program-program apa yang dari pemerintah adakan buat di sana?	
B1	:	Untuk dari segi apa dari perindustrian atau dari pariwisata atau dari yang lain?	
J	:	Kalau mungkin dari bappedanya atau dari pihak khusus Pak ya, yang uniklah yang program-program yang---	
B1	:	Mungkin ya kalau yang unik masih sementara itu masih desa wisata.	
J	:	Desa wisata?	
B1	:	Iya, itu masih yang menjadi unggulan. Tapi itu itu dari masyarakat sendiri. Kalau yang dari pemerintahnya untuk mengembangkan pantai Priginya. Kalau yang unik itu mungkin ya itu kalau yang unik dari desa wisatanya. Tapi itu apa ya ada bimbingan dari provinsi juga kalau yang desa wisata.	
J	:	Desa wisata itu maksudnya seperti apa Pak?	
B1	:	Jadi desa wisata itu jadi destinasi wisata. Jadi desanya itu kayak alamnya, alamnya terus hasil buminya itu jadi destinasi wisata. Jadi masyarakat dari luar daerah itu datang ke situ ingin mengetahui di dalamnya itu kayak opo yo dalamnya seperti apa, hasil buminya seperti apa. Mungkin kalau di desa sana ya terus kalau hasilnya itu	

<i>INISIAL</i>		<i>DIALOG</i>	<i>KODE</i>
		durian, ketika ada musim durian. Terus ada permainannya. Terus apa ya mungkin makanannya.	
J	:	Kalau desa wisata jadi kayak keunggulannya mereka dieksplor di---	
B1	:	Iya. Jadi itu apa jadi destinasi wisata dari untuk masyarakat luar. Yang lokal juga banyak.	
J	:	Jadi kalau ini Pak tentang kayak tadi yang katanya bottom up itu.	
B1	:	Iya.	
J	:	Itu penggodokan kayak bottom up itu pertahun perbulan atau?	
B1	:	Pertahun.	
J	:	Pertahun?	
B1	:	Jadi musrembang, nah musrembang itu kita menampung usul dari bawah. Jadi maunya masyarakat itu seperti apa ditampung. Kita bisa mengakomodir, kita akomodir, kalau belum dikarenakan keterbatasan juga dana dari pusat dari yang kita punya itu yang tidak terlalu urgent itu kita pending dulu. Jadi yang urgent kita dahulukan, yang belum terlalu urgent kita ini dulu. Jadi tiap tahun mengadakan musrembang antara lainnya juga untuk menampung aspirasi dari masyarakat. Mengenai program kepariwisataan, selengkapya mungkin dapat dilihat di RIPPDA atau RDTR Kecamatan Watulimo	

INISIAL		DIALOG	KODE
J	:	Oke. Kalau tadi Pak yang kalau menurut sepengetahuan Bapak tadi kan desa wisata itu dari masyarakat sendiri ya?	
B1	:	Iya.	
J	:	Apakah itu sudah berjalan atau masih proses jalan?	
B1	:	Sudah berjalan, cuma perlu pengembangan yang lebih. Jadi mungkin penanganannya itu masih sangat tradisional. Jadi perlu dipoles sana-sini, mungkin kayak outbond nya, kayak apa ya fasilitasnya gitu. Masih banyak yang perlu dipoles.	
J	:	Tapi itu nggak dari desa wisata itu bisa meningkatkan brand nggak menurut Bapak itu, brand dari pantainya sendiri?	
B1	:	Bisa. Jadi apa ya pernah ke songa Probolinggo?	
J	:	Belum pernah pak.	
B1	:	Belum pernah. Jadi mungkin seperti di sana. Di sana ada kayak apa ya rafting, terus kayak di Batu aja di Batu, itu kan juga ada di sana ada rafting, ada parang layang, ada outbond nya itu, jadi itu bisa. Nantinya ke depannya mungkin seperti itu. Jadi bisa juga nanti jadi brand, desa wisata bisa.	
J	:	Oke. Itu pengelolanya berarti ada kayak semacam ketuanya sendiri.	

<i>INISIAL</i>		<i>DIALOG</i>	<i>KODE</i>
B1	:	Iya, ada organisasinya. Jadi pengurusnya di sana sudah terstruktur. Ada ketua, wakilnya, terus seksi-seksinya. Jadi ada beberapa kelompok. Jadi memang bukan-, kelompok, bukan kelompok terpisah nggak. Cuma ketika ada banyak tamu itu bisa nanti bisa mecah, nanti ada koordinatornya siapa, siapa untuk kelompok berapa gitu. Itu sudah tersistematis untuk pengurusnya.	
J	:	Iya. Berikutnya tentang karakteristik masyarakat. Kalau di sana respon masyarakat terhadap pantai itu gimana Pak menurut Bapak?	
B1	:	Maksudnya?	
J	:	Apakah mereka peduli ataukah mereka suka mengotori atau mereka cuma suka-suka?	
B1	:	Kalau apa ya secara keseluruhan yang apa ya yang peduli sama pantai ini, ini kan masih banyak juga yang apa ya, semau guelah, maksudnya nggak ada beban ketika katakanlah kita menjaga entah itu alamnya ataupun kita mengotorinya, maksudnya apa ya buang sampah sembarangan ataupun ada pohonnya itu untuk yang untuk menunjang pariwisatanya di situ masih banyak yang di nggak dirawatlah. Tapi mayoritas itu peduli. Ya kan tetap ada, nggak semuanya yang peduli itu, tetap ada yang apatis.	

<i>INISIAL</i>		<i>DIALOG</i>	<i>KODE</i>
J	:	Itu Pak kalau di sini masyarakat sendiri yang di dalam lokalnya itu, itu membantu nggak sih buat wisatawan yang dari luar? Jadi apakah mereka cuma jualan doang, apakah mereka juga membantu, mas di sini lo tempat yang bagus dan lain sebagainya?	
B1	:	Sementara ini belum bisa seperti itu ya. Jadi konsentrasi masyarakat yang ada di sana itu mungkin untuk mencari anu penghasilan, jadi sumber penghasilan mereka. Jadi yang jualan itu cuma melihat pembeli untuk kita untuk memperoleh itu. Kalau yang untuk promosi wisata nah itu mungkin dari dinas pariwisata ada. Jadi ada mungkin pekerja sendirilah yang mempromosikan.	
J	:	Lalu untuk masyarakat yang disana, apakah sudah mempunyai kapasitas untuk menjadi tour guide?	
B1	:	Hanya sedikit masyarakat disana yang mampu jadi tour guide.	
J	:	Kalau ini Pak ramah tamah sifat keramah tamahan. Kalau di sana masyarakatnya ramah tamah atau gimana Pak?	
B1	:	Gimana ya. Kalau di sana itu kan sudah banyak apa ya terkontaminasi dengan masyarakat luar. Jadi nggak bisa seperti masyarakat yang sawah pelosok yang seperti dulu yang masih menjaga apa ya keramahannya, sekarang banyak yang apa ya cuek gitu. Cuma	


INISIAL		DIALOG	KODE
		<p> mungkin sebagian aja yang masih masih memelihara ramah tamah. Tapi dasarnya itu kan apa ya, dikarenakan mungkin kesibukan, jadinya nggak terlalu care sama wisatawan. Mungkin yang dari yang apa ya yang berjualan di situ saja yang yang bisa care ke masyarakat yang apa wisatawannya tadi.</p>	
J	:	<p> Kalau menurut Bapak sendiri masyarakat yang dari luar itu merasa nyaman nggak Pak dengan masyarakat lokalnya sendiri atau biasa aja atau---?</p>	
B1	:	<p> Ya nyaman, masalahnya kan apa ya wisatawan itu datang baik-baik kan nggak masalah. Masyarakat di situ juga nggak mempermasalahkan, juga welcome. Soalnya kan di situ juga menarik wisatawan bisa berefek ke penghasilan mereka. Ya sebenarnya nggak ada masalah.</p>	
J	:	<p> Aman-aman saja.</p>	
B1	:	<p> Ya aman-aman saja.</p>	
J	:	<p> Berikutnya tentang promosi Pak, promosi ini bagaimana promosinya. Mediana gimana?</p>	
B1	:	<p> Itu yang mendalami mungkin dinas pariwisata.</p>	
J	:	<p> Pariwisata.</p>	



<i>INISIAL</i>		<i>DIALOG</i>	<i>KODE</i>
B1	:	Mungkin yang kurang yang dirasa kurang tadi bisa ditanyakan ke pariwisata terkait promosinya.	
J	:	Kondisi jalan bagaimana pak? juga jarak antar pantai Prigi dengan pantai yang lain itu jaraknya jauh atau gimana?	
B1	:	Kalau kondisi jalan sudah bagus. Jarak pantai Karanggongso?	
J	:	Misalnya iya dengan wisata yang lain.	
B1	:	Kalau dari pantai Prigi ke pantai Karanggongso itu satu kilo. Kalau di ini kan banyak to Mas, maksudnya banyak pantai cuma itu belum belum dieksplor. Kalau yang pantai sudah di eksplor itu banyak yang di apa maksudnya dari Watulimo ke Pelang, dari Watulimo ke Munjungan, itu jaraknya bisa berpuluh-puluh kilo.	
J	:	Berpuluh kilo.	
B1	:	Iya, katakanlah dari Watulimo ke Munjungan, itu bisa lebih dari 15 kilo.	
J	:	Kalau dari pantai Prigi ke yang lain itu?	
B1	:	Ke Karanggongso gitu?	
J	:	Ya.	
B1	:	Kira-kira ya 1 kilo.	


INISIAL		DIALOG	KODE
J	:	1 kilo?	
B1	:	Ya.	
J	:	Oke.	
B1	:	Kalau yang ke kemudian kecamatan lain itu lebih jauh lagi.	
J	:	Jauh lagi. Itu aksesnya sudah bagus atau ada rusak-rusak?	
B1	:	Ini kan anu daerah selatan kan nanti JRS itu	
J	:	Nggih.	
B1	:	Itu kan masih daerah pembangunan. Jadi apa ya sementara belum terealisasinya JRS itu. Kalau yang masih yang di sekitaran situ saja sudah bagus jalannya dan juga sudah sudah bagus. Jalannya juga luas, jadi sudah hotmix sudah luas. Jadi kayak, pernah ke Cengkong? Belum?	
J	:	Belum pernah.	
B1	:	Sudah, sudah lancar	
J	:	Lancarlah, oke. Kalau jarak ini Pak jarak antara pantai Prigi dengan pusat kegiatan kayak misalnya pasar ataupun mungkin kotanya, kabupatennya, kecamatan gitu?	

INISIAL		DIALOG	KODE
B1	:	Ya itu tadi antara kecamatan, puskesmas, sama pasarnya itu berdekatan. Jadi ya kira-kira 2 kilo-3 kilo.	
J	:	2 kilo. Kalau jarak antara kota satu kota dengan pantai Prigi sendiri itu berapa?	
B1	:	Pusat kota Trenggalek atau pusat kota kecamatan?	
J	:	Kota Trenggaleknya.	
B1		Pusat Trenggalek-, entar ya Mas, aku nggak hapal nek sing Watulimo. Watulimo ki lebih dari 30 kilo bisa. 30-an kilo	
J	:	30 kilo?	
B1	:	Ya.	
J	:	Menurut Bapak sendiri kalau dengan jarak yang sejauh itu mengurangi rasa nyaman nggak Pak setelah sampai di pantai tersebut?	
B1	:	Kayaknya nggak mengurangi sih, malah apa ya katakanlah malah kalau dari teman-teman ya, misalnya kan saya sendiri, saya sendiri aslinya dari daerah pesisir, asal saya sendiri dari daerah pesisir. Jadi kalau dari teman-teman itu apa ya puas, ketika meskipun jaraknya jauh tapi kalau untuk bisa ditempuh, maksudnya enak ditempuh, jalannya juga nggak terlalu sulit, itu apa ya rasanya tidak seberapa, iya, Kayak	

INISIAL		DIALOG	KODE
		tadi di pantai apa di rumah apungnya tadi, di pantai Karanggongsanya, ada guanya juga di sana.	
J	:	Ada goa?	
B1	:	Ya, tapi guanya itu ke goa dari pantai ke goa itu naik perahu, perahu tadi Mas perahu boat.	
J	:	Itu pinjam berarti Pak, pinjam atau nyewa ya?	
B1	:	Nyewa, nyewa.	
J	:	Oke. Berikutnya tentang ini pak, lama tempuh. Dari pusat kegiatan berapa lama ya?	
B1	:	Karena jaraknya tidak terlalu jauh tadi itu mas. Waktu tempuhnya tidak terlalu lama, sekitar 10-15 menit lah kalau dari pusat kecamatan. Kalau ke pusat kabupaten sih relatif lama mas. Sekitar 25-40 menitan.	
B1	:	Tapi kan di sana kan juga bukan hanya dari pusat kota, kebanyakan itu bukan dari pusat kota. Biasanya yang ke pantai Prigi mungkin yang dari Malang, dari Tulungagung, dari Blitar, dari Kediri. Itu kan langsung dari Durenan itu kan langsung ke Prigi, jadi nggak dari sini. Lebih dekat dari Durenan kalau jaraknya.	
B1	:	Kalau menurut saya lokasi Pantai Prigi & Karanggongso ini sangat strategis, kenapa dikatakan demikian? Pertama dekat dengan arah	

<i>INISIAL</i>		<i>DIALOG</i>	<i>KODE</i>
		masuk dari Trenggalek ke Tulungagung sehingga mudah dicapai kedua karena adanya rencana pembangunan JLS ditambah jarak yang dekat dengan pusat kota watulimo	
J	:	Kalau ini pak, ada tidak sih target konsumen tertentu misalnya untuk rentang usia gitu?	
B1	:	Kalau untuk saat ini masih belum sih mas. Kawasan prigi itu bisa dinikmati oleh semua umur dan belum ada target khusus. Dari anak-anak hingga lansia boleh pengunjung asal untuk yang anak-anak dalam pengawasan orangtua. Kalau lansia juga jarang juga mas yang, soalnya kalau lansia mungkin ke Pantai itu ya mau ngapain. Berenang juga sudah ndak kuat.	
J	:	Untuk kawasan prigi sendiri pak, apa sih ODTW yang dekat dengan kawasan prigi?	
B1	:	Kalau untuk kedekatan, disekitar prigi itu ada pantai-pantai kecil, ada pantai bangkokan. Ada pantai simbaronse, ada pantai cengkong. Jadi semuanya itu searah dengan jalan menuju prigi. Tapi kawasan prigi sendiri kan terdapat 2 pantai yang letaknya berdekatan, nah itu juga merupakan potensi, pengunjung bisa berkunjung dulu ke prigi kemudian ke karanggongso.	



<i>INISIAL</i>		<i>DIALOG</i>	<i>KODE</i>
J	:	Kalau jarak berdasarkan ukuran berapa kilo ya pak?	
B1	:	Sekitar 3 kiloan ke pantai cengkong. Kalau simbaronse itu dekat sekali, 1-2 km. Untuk pantai bangkokan itu pantai kecil mas, bisa dijangkau dengan menggunakan perahu.	
J	:	Lalu menurut bapak apa yang membedakan kawasan wisata Prigi dengan yang lain?	
B1	:	Kan tempatnya dekat dengan pelabuhan pendaratan ikan yaitu PPN Prigi yang biasanya wisatawan atau pengunjung bisa mendapatkan ikan segar disana. Sedangkan untuk dipesisir jawa timur setahu saya di Lamongan ada pantai yang dekat dengan pelabuhan yaitu brondong dan paciran, namun tempat tersebut tidak memungkinkan untuk dijadikan tempat wisata.	
J	:	Jadi ikan-ikan yang dijual oleh penjual ikan bakar disini langsung dari PPN Prigi?	
B1	:	Iya ada yang mengambil ikan dari sana. Ada juga yang pergi melaut dengan perahu sendiri	
J	:	Kiranya ada lagi tidak pak selain itu?	

<i>INISIAL</i>		<i>DIALOG</i>	<i>KODE</i>
B1	:	Hmm.. Apa ya.. Mungkin ini terkait ombak, kan pada umumnya pantai selatan ombaknya besar dan tidak bisa digunakan untuk berenang. Tapi disini karena letak pantainya di Teluk sehingga ombaknya tidak terlalu besar dan bisa digunakan untuk berenang	
J	:		
J	:	Kalau mungkin untuk target konsumen mengenai tujuan konsumen berwisata dan tipe konsumen yang dituju pak? Karena ini kan topik saya tentang branding	
B1	:	Kalau untuk menarik perhatian wisatawan berdasarkan tujuan konsumen berwisata nanti di Kawasn Prigi mau ngapain itu juga belum mas. Karena apa, prigi saat ini sedang dibangun. Dan kebetulan yang jadi fokus pembangunan saat ini untuk pariwisata itu prigi. Dan ini mungkin kalau memang prigi sudah jadi pembangunannyamungkin nanti baru bisa menargetkan pengunjung yang seperti apa. Tapi yang jelas untuk saat ini prigi itu diminati kebanyakan oleh remaja dan dewasa. Untuk tujuan berwisat saat ini ya refreshing, mandi menikmati suasana pantai dan menikmati fasilitas-fasilitas yang ada di kawasan wisata prigi.	

<i>INISIAL</i>		<i>DIALOG</i>	<i>KODE</i>
J	:	Berikutnya tentang ini Pak tentang fleksibilitas. Jadi kalau di sana perubahan fisiknya dia sifatnya fleksibel atau dia kayak semacam punya flexsibel sendiri dan sifatnya rigid atau dia fleksibel banget buat pengembangannya?	
B1	:	Kalau untuk pengembangannya sifatnya fleksibel atau nggak itu mungkin bisa fleksibel dikarenakan untuk dikembangkan sebagai apa ya pariwisata juga bagus, untuk perdagangan juga bagus. Dan aksesibilitasnya kan dengan adanya JRS ini itu mungkin lebih lebih apa ya, ke depannya mungkin lebih pemanfaatannya lebih luas lagi. Jadi ya mungkin untuk apa untuk perdagangan untuk pariwisata, untuk opo kemaritiman bisa. Biasanya kan kemungkinan nanti dibangun pelabuhan itu skala nasional, ke depannya bisa jadi internasional. Nah dari kabupatennya informasinya seperti itu. Memang sudah ke pusat ke depannya seperti apa, bisa atau nggak juga sudah disusun untuk pembangunan pelabuhannya.	
J	:	Oh gitu. Kalau mungkin Pak dari Bapak sendiri kan dari mungkin dari asal sini kan, asal sini.	
B1	:	Ya.	

<i>INISIAL</i>		<i>DIALOG</i>	<i>KODE</i>
J	:	Kalau perubahan yang sangat kontras antara dulu sama sekarang itu apa Pak di pantai Prigi tersebut?	
B1	:	Apa ya? Kalau dulu mungkin masih sifatnya itu apa ya kurang kurang kurang terkoordinir, kurang terorganisasi dan masih sifatnya tradisional. Untuk yang sekarang itu sedikit banyak sudah berubah ke arah modern, iya. Apa kayak hotel itu dulu juga belum belum apa belum maksimal. Sebenarnya juga kalau hotelnya masih standar daerah, belum belum sampai standar nasional. Terus untuk pertokoannya juga sudah mengalami banyak perubahan, dulunya cuma kayak lapak-lapak gitu, sekarang sudah semi permanen, sudah permanen. Untuk perubahan pelayanan dan personil tentunya selalu ditingkatkan tiap kurun waktu tahun atau periode untuk memberikan kesan yang positif kepada pengunjung atau wisatawan.	
J	:	Oke. Bagaimana sih Pak respon masyarakat terhadap tadi itu, apakah semakin ramai dengan adanya pembangunan ataukah semakin sepi gitu Pak?	
B1	:	Iya, semakin ramai, yang dulunya itu cuma apa ya kayak tanah lapang, kan banyak tanah yang dibangun di situ. Entah itu nantinya di depannya itu dibuat toko juga bagus.	

INISIAL		DIALOG	KODE
J	:	Oke. Pak nah ini tentang perubahan pelayanan. Apakah perbedaan kayak semacam servis antara dulu sama sekarang dari masyarakat lokalnya itu seperti apa? Apakah sama apakah terjadi kayak penurunan kualitas pelayanan atau gimana?	
B1	:	Kalau pelayanannya mungkin ada kenaikan, tapi nggak terlalu drastis. Jadi beda dibandingkan dengan yang sudah sudah baguslah penataannya, penataan pariwisatanya di situ sudah bagus memang masih belum bisa seperti itu. Cuma yang dari awalnya itu yang tradisional, itu sekarang sedikit banyak sudah berubah kayak semi modern gitu.	
J	:	Ya. Berikutnya tentang ini Pak perubahan personil, apakah masyarakatnya itu kayak apa ya sama seperti dulu ataukah kayak semacam sekarang lebih berpendidikan lebih anu?	
B1	:	Kalau pendidikan itu dulu kan belum ada kayak sekolah pelayanan ya, di situ sudah ada pendidikannya. Terus banyak juga yang merantau untuk ya kayak jenengan ya, kayak jenengan kan asalnya dari Blitar, sekolah di Surabaya. Nah ini kan bisa banyak yang seperti itu. Terus apa ya kondisi masyarakatnya banyak juga yang penduduk luar menetap di sini. Jadi kalau perubahannya banyak berubah ya salah	

INISIAL		DIALOG	KODE
		satunya itu tadi dari masyarakat luar di situ menetap di situ entah itu menikah dengan penduduk asli ataupun memang pindah ke situ.	
J	:	Oke. Citra kawasan. Bagaimana sih citra kawasan, jadi citra dari pantai Prigi sendiri di mata khalayak umum itu gimana?	
B1	:	Kesan masyarakat yang berwisata ke kawasan Prigi sebenarnya sudah kuat. Terbukti dari sekian banyak wisata yang ada di Trenggalek, kawasan wisata Prigi yang paling ramai. Hal tersebut berarti <i>experiential</i> nya tinggi dan produk wisata yang ditawarkan dirasa sudah tercukupi	
B1	:	Kalau sejauh ini masih mungkin pantainya itu masih masih biasa, masih katakanlah masih masih ya dibilang alami juga sudah ada campur tangan manusia, tapi belum apa, mungkin dibandingkan kayak di Ancol atau anu belum bisa seperti itu. Kalau ditanya mungkin juga sudah bagus, cuma perlu pembenahan aja. Perlu pembangunan juga. Jadi mungkin kalau di sana itu pandangan masyarakat luar, yang luar dari pantai Prigi masih tradisional, jadi belum bisa bersifat modern, juga nggak bersifat alami. Kalau yang bersifat alami itu kan belum ada campur tangan manusia di situ. Sudah ada campur tangan manusia, tapi belum bisa apa ya ciri khas gitu lo, belum bisa punya ciri khas pantai Prigi seperti apa itu belum ada.	

<i>INISIAL</i>		<i>DIALOG</i>	<i>KODE</i>
J	:	Kalau Bapak daya tarik utamanya pantai Prigi itu apa Pak?	
B1	:	Kalau yang di pantai Priginya-. Ini mau pantai Prigi sama pantai Karanggongso sama?	
J	:	Ya udah Pak pantai Prigi aja.	
B1	:	Pantai Prigi aja?	
J	:	Nggih.	
B1	:	Pantai Priginya---.	
J	:	Oh sama, sama pantai Prigi dengan pantai Karanggongso?	
B1	:	Kan memang ya sama, identiknya itu pantai Prigi itu pasir putih. Padahal pasir putih itu ada di pantai Karanggongso. Jadi apa ya daya tarik orang ketika datang ke sana itu yang dimaksudkan dengan yang diharapkan itu kadang beda. Jadi yang di pantai pasir putihnya itu di Karanggongsonya. Tapi di Karanggongso itu kan ada ya kiosnya, ada rumah makannya, ada tempat bakar ikannya, terus ketika dibuat mandi mandi di pantainya itu ada maksudnya ombaknya itu nggak terlalu gede, jadi aman. Kalau di pantai Priginya mungkin selain di pantai Karanggongso itu kan teduh itu. Banyak apa tumbuhannya itu masih rindang. Kalau di pantai Prigi itu sudah sudah nggak begitu banyak anunya tumbuhannya. Jadi terkesan panas.	

<i>INISIAL</i>		<i>DIALOG</i>	<i>KODE</i>
J	:	Nggih. Kalau mungkin kenyamanan Pak terakhir, gimana kenyamanan di pantai Prigi?	
B1	:	Kenyamanannya sejauh ini nyaman, apa ya kayak baik dari sisi keamanan nyaman dan aman. Nyaman nyamannya itu namanya apa ya, view nya itu bagus, amannya juga nggak terlalu berbahaya. Kemungkinan kalau waktu air pasang gede itu kalau mau apa mandi itu mungkin lebih hati-hati. Tapi kalau nyamannya yang nggak bikin nyaman itu mungkin sampahnya.	
J	:	Sampah.	
B1	:	Ya. Kalau apa ya hotel apa akomodasinya lumayan tercukupi, lumayan lengkap. Untuk pemandangannya juga lumayan bagus.	
J	:	Bagus.	
B1	:	Nggih.	

LAMPIRAN C2

Narasumber : Dina Firstanti S.Ip, M.Si

Instansi : Dinas Pariwisata (P1)




Interviewer : Jhon Jhohan Putra K.D. (J)



Tempat, tanggal: Kantor Dinas Pariwisata, Selasa 7 Maret 2017


Durasi : 13.10 – 14.09 (59 menit)


INISIAL		DIALOG	KODE
J	:	Selamat siang bu, saya Jhon dari ITS jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota ingin melakukan wawancara untuk menjawab sasaran dalam Tugas Akhir	
P1	:	Oh iya. Silahkan apa yang bisa yang bisa saya bantu?	
J	:	Ini dengan ibu siapa?	
P1	:	Saya Dina	
J	:	Usia Bu Dina berapa tahun?	
P1	:	Saya 41	
J	:	Disini bekerja sebagai?	
P1	:	Kepala Bidang Destinasi Wisata	
J	:	Untuk alamat tinggalnya ibu dimana?	


P1	:	Di RT 10/RW 5 kecamatan Durenan Kab. Trenggalek. Berapa sasaran yang mau diwawancarain?	
J	:	Jadi rencananya ada 4 stakeholder. Pertama pemerintah pusat yaitu ada bappeda dan dinas pariwisata	
P1	:	Pemerintah pusat? Jadi harus kesana?	
J	:	Disini bu	
P1	:	Oo disini di Kabupaten	
J	:	Ada Bappeda dan Dinas Pariwisata, itu ada pokdarwisa dan Masyarakatnya juga. No telp ibu berapa?	
P1	:	082232362409, wawancara di kantor Dinas Pariwisata	
J	:	Pertama tentang atraksi wisatanya bu di dua pantai ini	
P1	:	Karanggongso dan Prigi ya?	
J	:	Iya bu. Atraksi wisata alamnya apa saja?	
P1	:	Maksudnya itu cenderung kemana?	
J	:	Lebih ke ekologis sih bu, alaminya atau aslinya	
P1	:	Daya tariknya gitu ya?	
J	:	Iya bu yang alami	
P1	:	Ya kalau misalnya pantai prigi dan karanggongso kan cenderung apa yang kita tunjukan kan karena laut dan karena ada pantai disitu. Oleh	

		<p>karena itu di dalamnya ada pengolahan ikan yang ada disana. Dan kalau untuk daya tariknya sih dia cenderung ke view pantai sih memang. Kalau di dinas pariwisata sendiri itu mengelola wilayah pantainya tapi bukan lautnya paham ya? nah kalau lautnya itu dia bagian DKP dan Perikanan. Sebenarnya antar dinas pariwisata dan dinas perikanan kelautan itu bisa bekerja sama. Kalau di Prigi itu sendiri sebenarnya sudah ada destinasi rumah apung ya, nah itu dkp yang mengelola. Jadi artinya kalau di dinas pariwisata sendiri itu hanya mengelola destinasi laut yang ada di sana beserta pengelolaan SDM masyarakat sekitarnya melalui POKDARWIS yang terbentuk. Namun demikian di dalamnya itu juga ada unsur destinasi lain yang dikelola oleh lintas sektor, itu juga bisa menambah daya tarik di lokasi tersebut.</p>	 
J	:	Kalau menurut ibu apa masalah dari daya tarik alami yang ada?	
P1	:	Kapal-kapal yang disandarkan menghalangi <i>point of view</i>	
J	:	Lalu apa ada lagi bu?	

P1	:	Saya rasa daya tarik alamnya juga kurang beragam, dirumah apung sendiri bisa digunakan untuk snorkling di kolam tengahnya. Akan tetapi hal tersebut akan lebih bagus jika dibuat tidak hanya area rumah apung aja	
J	:	Kalau mungkin daya tarik yang buatan bu, kan alami tadi daya tarik yang asli dari alamnya nah kalau yang buatan manusia bu?	
P1	:	Kalau buatan itu kita di 360 ya dekatnya hotel itu.. ehmmm.. itu kan kita bikin semacam panggung 360 nah itu tujuannya untuk memberikan kesempatan kepada pelaku seni terutama yang ada di sekitar wilayah tersebut misalnya ada semacam budaya yang turun temurun dilestarikan itu bisa melakukan pertunjukan di 360 tersebut bisa di show gitu ya dipertunjukan. Nah kalau buatan yang lainya sebenarnya kalau dipantai prigi itu kita punya lapangan volly pantai tapi terus terang untuk lapangan volly pantainya itu sebenarnya belum bisa dilaksanakan secara maksimal karena memang tujuan utama dari volly pantai itu untuk menarik wisatawan juga kalau pada saat event-event seperti itu tetapi untuk mengadakan acara tersebut kan butuh kerjasama juga ke daerah-daerah yang memang punya atlit volly pantai nah arahnya itu nanti kesana. Tapi bergantung ke	

		sebenarnya ditahun pertama itu sudah menggandeng dinas artinya untuk fasilitas dana itu ya tapi di tahun pertama dan kedua belum itu ada deal antara dinas dengan komunitas disana yang mengelolanya baru tahun ini ada deal, dinas pada tahun ini berkesempatan untuk bisa bekerja sama dengan dinas. Tetapi walaupun katakanlah tahun ini mereka tidak bekerja sama dengan dinas acara tersebut tetap berlanjut.	
J	:	Itu komunitasnya komunitas lokal dari masyarakat sekitar pantai?	
P1	:	Jadi tujuan diadakan festival prigi itu utamanya sekali adalah membantu kehidupan para nelayan yang disana pada saat mereka musim ikan mereka berlayar. Tapi pola hidup mereka kalau tidak musim ikan, kan ada musimnya ndak ada ikan nah itu hasil yang mereka dapat itu tidak bisa membuat mereka bisa bertahan lama ketika mereka punya uang mereka itu habis	
J	:	Secara cepat	
P1	:	Secara cepat. Sehingga dibulan-bulan tertentu utamanya di maret, april, mei itu kan mereka nganggur. Nah kesempatan inilah yang digunakan oleh komunitas yang disana untuk memberi dorongan berupa motivasi bagaimana mereka itu bisa mencari nafkah selain melaut. Kalau disana itu sudah ada kerajinan pembuatan miniatur	

		kapal . Kerajinan inilah yang salah satunya dimasukan ke prigi fest untuk dilombakan	
J	:	Di Prigi Fest itu ada lomba ada apa lagi?	
P1	:	Ada lomba, ada show, ada peragaan busana itu kita tampilkan batiknya	
J	:	Batik asli dari Trenggalek?	
P1	:	Iya asli dari Trenggalek. Itu nanti juga ada lomba, lomba foto. Foto tapi temanya nanti destinasi-destinasi yang ada disana. Jadi emang di stimulasi ya di motivasi bagaimana mereka diadakannya festival itu mereka berlomba-lomba cari uang. Apapun itu bentuknya asal sesuai ketentuan dan sesuai peraturan , entah mereka mau jual ikan asap, entah mereka mau jual batik, entah mereka mau jual kerajinan, mau jual souvenir yang bersumber dari laut itu nanti bisa diikutkan di festival prigi itu.	
J	:	Jadi untuk ini bu saya kan dapat kabar kalau ada pusat informasi centre yang ada di prigi itu kan mau dibangun itu gimana perkembangannya?	


P1	:	<p>Kalau informasi terkait informasi center itu di bagian promosi jadi sebatas mana perkembanganya kita bukan kapasitasnya untuk menjawab artinya memang itu nanti kita diarahkan seperti itu salah satu bagian dari unsur promosi wisata dan itu juga terkait dengan progam pemerintah yaitu kabupaten sehat dimana ada indikator yang diikutkan untuk bidang pariwisata salah satunya pembaruan informasi tentang pariwisata yang ada di lokasi tersebut diusahakan pengunjung itu artinya puas. Apalagi wisatawan yang datang dari jauh kan mereka belum paham, kan perlu ada informasi juga apa sih sebenarnya daya tarik yang ada disini sebagai informasi kepada wisatawan, nah seperti rumah apung, adanya festival. Cuma karena prigi emang dari dulu sudah dirintis akhirnya ikonnya prigi. Nah informasi-informasi inilah yang perlu dikembangkan dan ditingkatkan. Ada berapa (pertanyaan) ada seratus?</p>	
J	:	<p>Endak sampe kok bu, dikit kok. Kalau ini bu tadi kan ada indikator dengan trenggalek sehat kan ya, nah itu disana fasilitas kesehatanya sudah mencukupi atau gimana?</p>	
P1	:	<p>Jadi gini, terus terang fasilitas yang ada di watu limo khususnya di daerah destinasi prigi dan karanggongso itu untuk kesehatannya kita sekarang terkait dengan kabupaten sehat. Jadi ceritanya dulu kabupaten sehat itu memang program pemerintah untuk memotivasi</p>	

	<p>daerah bagaimana mereka itu bisa meningkatkan PADnya tapi dikemas dalam cantik lah jadi lebih cantik gitu. Artinya program itu memang dilombakan antar daerah, kalau sebelum tahun 2017 indikator untuk pariwisata dan ketahanan pangan itu belum dimasukkan. Jadi artinya unsur-unsur yang ada dipusat-pusat pariwisata itu memang berjalan apa adanya. Hanya sedikit sentuhan dari lintas sektor, nah baru kemudian program kabupaten sehat pada waktu itu sebelum indikator pariwisata dan ketahanan pangan dimasukan itu menang, terus terang menang tapi peringkatnya berapa gitu, yang penting menang dari indikator yang non pariwisata. Baru tahun ini ditingkatkan menambah dua indikator tadi yaitu pariwisata dan ketahanan pangan. Nah salah satunya di kabupaten sehat itu dengan indikator pariwisata itu harus mensyaratkan bahwa di lokasi tersebut kebetulan juga fokusnya di Prigi. Jadi harus ada kejelasan tentang pokdarwisanya, kejelasan pokdarwis itu maksudnya adalah sudah di SK-kan atau belum, sudah diresmikan atau belum. Yang kedua ketersediaan petugas kesehatan disana, kemudian ketersediaan polisi pariwisata, kemudian ketersediaan usaha-usaha yang memang menunjang aktifitas tersebut, kemudian ada petugas tanggap bencana. Nah selama ini kalau terjadi, ini untuk bidang kesehatannya ya untuk petugasnya. Selama ini jarak antar lokasi dengan destinasi</p>	
--	---	--

		itu walau dibilang dekat tapi harus tetap menempuh. Di pustunya memang ada, jadi selama ini jika terjadi apa-apa cedera pengunjung langsung dilarikan ke pustu, seharusnya dilokasi tersebut itu disediakan tempat dimana setiap hari petugas kesehatan itu harus piket disitu secara bergantian nah ini memang butuh koordinasi antar SKPD yang terkait dalam rangka mewujudkan itu.	
J	:	Berarti masih progress ya bu?	
P1	:	Masih progress.	
J	:	Kalau dari segi pengamanan sendiri bu. Kalau di pantai-pantai yang mungkin yang besar itu kan ada batas aman supaya orang bisa main lah. Nah kalau di Prigi gimana?	
P1	:	Kalau di dinas selama ini untuk proses pengamanan itu hanya kita adakan pada saat idisensial saja. Itu pada saat tahun baru dan idul fitri, nah untuk yang reguler piket yang dihari weekend itu yang piket secara berkala memang belum dan ini sebenarnya perlu. Kalau pengamanan itu kan untuk tindak kejahatannya ditindak oleh polisi pariwisata tapi kalau untuk keamanan pengunjung ketika mandi di laut itu memang harus ada pengawas pantainya, nah ini memang masih proses. Tapi ya alhamdulillah selama ini ya bukan tidak ada ya mungkin dulu-dulunya ada korban namun selama ini aman. Ketika kita kegiatannya mendadak idul fitri dan tahun baru, itu memang kita	

		minta bantuan dari satpol PP dan pihak kepolisian tapi hanya untuk even-even tertentu. Seharusnya kalau mengacu program tadi setiap weekend itu harus ada, tapi masih progress.	
J	:	Kalau disini itu ada tidak bu semacam kayak SOPnya?	
P1	:	Sebenarnya ada. Tapi nanti coba saya check ya	
J		Berikutnya tentang fasilitas ibadah bu, apakah disana sudah baik atau belum?	
P1	:	Kalau standart baiknya bersih, nyaman, airnya cukup. Tapi pada kenyataanya ya karena itu fasilitas umum karena keterbatasan petugas sehingga perawatannya kurang. Artinya kalau tempatnya ada pasti, terutama pemilik kios pun juga biasanya menyediakan kamar mandi untuk sholat di mushollanya. Tapi sekarang ini memang apa adanya tapi belum terawat dengan cukup baik.	
J	:	Kalau untuk fasilitas akomodasi bu, makan pengingapan itu gimana bu?	
P1	:	Kalau dari dinas, dinas hanya punya satu hotel disana yaitu hotel prigi. Kalau dari fasilitas hotelnya belum bisa dibilang kelas lux, karena dia masih banyak rehab lah untuk mencapai itu. Tapi untuk hanya sekedar istirahat itu sudah bisa nyaman lah intinya. Nah kemudian untuk makanan, kalau disana sudah banyak kios-kios yang	




		menjual makanan siap saji itu, ada juga yang menjual ikan asap itu. Ketersediaanya itu selalu ada, jadi setiap pengunjung datang yang mencari ikan itu ada. Kecuali ikan segar sih yang sulit bergantung dari musimnya	
J	:	Kalau ikan segar sendiri itu musimnya bulan apa sampai bulan apa bu?	
P1	:	nah itu yang saya ndak paham, bagianya perikanan itu. Kalau mengacu ke festival prigi bulan-bulan maret ikan udah sepi kayaknya.	
J		Berikutnya tentang ini bu, fasilitas hiburan. Itu bagaimana disana, jadi apakah 360 itu difungsikan dengan baik secara tiap minggu ada festival/acara?	
P1	:	Oh. ada. Jadi memang lokasi wisata yang ada disana itu, kita memberikan masukan ke masyarakat kalau ingin mengadakan event-event yang ada disana. Seperti club-club, tapi harus ijin dulu kesini, soalnya kalau tidak ijin nanti bisa timpang tindih misalnya club a dan club b sama-sama mau tampil terus bentrok waktunya	
J	:	itu mereka membayar atau gratis?	


P1	:	untuk ijinnya menggunakan fasilitasnya sih tidak. Tapi mungkin untuk restribusnya iya	
J	:	Kalau mungkin fasilitas hiburan yang lain bu misalnya snorkling atau apa gitu?	
P1	:	ooh itu ada banana boat disana. Kalau untuk snorkling saya kok ga pernah denger ya, tidak ada disana. Adanya banana boat terus keliling pake perahu gitu mengitari pantainya, untuk yang lain-lain itu kayaknya belum ada. Kecuali di rumah apungnya itu ada fasilitas perahu, tapi itu wilayahnya DKP bukan Dinas Pariwisata.	
J	:	Jadi fasilitas hiburanya cuma itu aja bu atau ada yang lain?	
P1	:	Ini kan memang lagi ditata. Jadi kondisi kawasan prigi itu dulu bersih, artinya bersih itu bersih dari kios liar bersih dari kapal-kapal liar. Namun karena adanya ikut campur pihak lain dan ada kepentingan-kepentingan lain sehingga ada kapal-kapal liar dan segala macam. Sehingga untuk menata, itu perlu perbaikan penataan peletakan perahu yang benar gimana kemudian SDMnya. Kagalau wilayah pantai yang akan dinikmati pengunjung itu bersih apapun bentuk atraksi wisata maka akan memberikan kesan yang positif. Nah kalau saat ini kita mau ngadain kapal-kapal disana masih semwrawut, kemudian jadi seperti ada perebutan wilayah. Jadi kalau masih	

		semrawut gitu terus ditambah atraksi lain itu akhirnya tidak akan memberikan kesan yang positif dan tidak akan keliatan bagus. Tapi untuk yang di pantai prigi 360 arah kedepannya kita akan mulai melakukan pembangunan-pembangunan, kebetulan sudah ada DEDnya. Kios-kiosnya kita perbagus, kemudian kita bikin taman disitu, kemudian ditambah permainan-permainan anak. Tapi nanti kedepan soalnya sekarang masih proses penataan dahulu	
J	:	Kalau disana parkirnya gimana? Apakah ada semacam zonasi sendiri buat parkir?	
P1	:	Seharusnya iya. Kalau sekarang ini kalau untuk parkirnya prigi itu ada ya. Kalau karanggongso masuk, ada lapangan kecil tapi terbatas. Kemarin ketika idul fitri atau tahun baru jatah parkirnya memakan badan jalan dek, penuh sekali sepanjang jalan. Kemarin sudah ada masukan dari dinas ke pak bupati untuk menambah lahan, artinya memperbaharui kerjasama dengan perhutani yang memiliki lahan untuk memperluas area parkir. Nantinya area parkir ditaruh disatu tempat terpusat kemudian nanti ada pemberdayaan masyarakat sana untuk menghidupkan jasa ojek.	
J	:	Untuk air bersih dan persampahan disana bagaimana bu?	
P1	:	Kalau air bersih sih ada dari sumur ada yang dari PDAM. Dan disana tergolong cukup. Untuk yang persampahan disediakan tempat	

		sampah disana, kemudian ada pengangkutan berkala. Kadang masyarakat disana melakukan bersih-bersih pantai, biasanya saat even-even besar gitu, kan ada banyak sampah disana.	
J	:	Jaringan listrik disana bagaimana bu?	
P1	:	Disana sudah terlayani dan saya rasa tidak ada masalah.	
J	:	Berikutnya tentang transportasi bu. Untuk moda umumnya disana kalau dari wawancara saya dengan beppeda ada MPU ya bu?	
P1	:	Iya kalau penjelasan untuk moda umum dan pribadi sepertinya sama saja dengan yang dijelaskan dari bappeda ya. Moda umum MPU dan moda pribadi lebih banyak disana, karena MPU lewat situ kan ndak sering gitu frekuensinya.	
J	:	Lalu untuk signboard bu? apakah itu ada dan berguna bagi wisatawan?	
P1	:	Ya kalau signboard ada dan itu sangat informatif kok. Maksudnya ndak bikin wisatawan bingung	
J		Kalau ini bu, tentang kelembagaan kalau disana lembaga kelembagaan ada apa saja bu?	
P1	:	Ada pokdarwis, ada lembaga masyarakat desa hutan (LMDH). Kemudian ada mustika, mustika itu masuk nggak?	

J	:	Mustika itu apa bu?	
P1	:	Mustika itu terdiri dari tingkatnya TNI yang dibawah itu apa ya, kalau polisi misalnya polsek. Apa ya tingkat kecamatannya kalau TNI, saya lupa kalau angkatan darat. Kemudian ada satpol, ada keterkaitan dengan kepala desa, lurah. komunitas-komunitas juga yang ada disana.	
J	:	Kalau komunitas disana itu apa saja bu?	
P1	:	Kalau komunitas disana itu free ya, artinya mereka bisa membuka komunitas sendiri atau yayasan. Nah itu kalau dari kita infonya masih sedikit, tapi yang saya tahu ada komunitas G9 yang mengelola prigi fest, itu di dalamnya termasuk dari berbagai unsur, mereka biasanya bergerak dibidang usaha. Ada yang difotografi.	
J	:	apakah komunitas prigi fest ini kerjanya cuma untuk prigi fest saja?.	
P1	:	endak. Mereka sehari-hari kan punya usaha sendiri. Tapi kalau misalnya untuk even-even tertentu yang melibatkan berbagai unsur baru mereka handle	
J	:	Kalau untuk itu lembaga lain untuk masyarakatnya	
P1	:	Ya itu tadi.	
J	:	Letak kawasan prigi ini stratgeis tidak sih bu?	

P1	:	Kawasan wisata prigi letaknya dekat dengan ODTW lain, misalnya pantai simbaronse dan pantai cengkong.	
J	:	Selain itu ada lagi bu yang dekat?	
P1	:	Di kawasan wisata prigi juga terdapat ODTW dalam kawasan, seperti pantai bangkokan, goa dll	
J	:	Lalu mengenai keunikan bu, apa yang membedakan kawasan wisata prigi dengan wisata serupa yang lain?	
P1	:	Kalau dibandingkan dengan kawasan wisata lain juga, kawasan wisata prigi ini punya dua objek yaitu Pantai Prigi dan Karanggongso, dimana letaknya berdekatan dan merupakan potensi ya dek	
J	:	Ada lagi bu?	

P1	:	Apa ya. Jika dibandingkan dengan kawasan wisata lain juga, kawasan prigi ini unik karena salah satu pantainya yaitu prigi punya pantai yang luas dan bisa digunakan untuk bermacam-macam kegiatan. Ditambah lagi dengan adanya lapangan volley pantai, di jawa timur sendiri pantai mana yang sudah digunakan untuk volley pantai dan punya panggung kesenian? Saya rasa belum ada	
J		Kemudian untuk lembaga pemerintah disana apa saja yang ikut handle?	
P1	:	Kecamatan, lurah, polsek, koramil, puskesmas, dinas pariwisata, DKP, Perhutani	
J	:	Bu itu kok pengunjungnya kok lebih banyak karanggongso daripada prigi padahal satu kawasan? Apakah karanggongso lebih tertata sedangkan prigi masih kurang gitu?	
P1	:	Jadi begini, kalau kita kaitkan karanggongso dengan prigi. Di karanggongso itu terus terang dia sudah tercukupi, terpenuhi semua, artinya unsur kulinernya sudah ada, fasilitas umumnya sudah memadai, aatraksi daya tarik sudah ada, kemudian banana boat sudah ada disitu, untuk berangkat kerumah apung juga lwat sana, dari dulu memang orang cenderung lebih tahu tentang karanggongso. Nah kenapa di Pantai Prigi tidak? Kalau di Pantai Prigi itu cenderung lebih luas. Kalau dulu Prigi memang sengaja di tutup mereka itu parkir di	

		deket pos dekat parkir kemudian kita jalan, orang-orang kesana memang murni memang untuk menikmati laut. Tapi lautnya ndak bisa buat untuk mandi dan berenang, karena lautnya lepas. Nah tapi kalau karanggongso itu dangkal, lautnya dangkal. Nah itu yang membuat pengunjung rame-rame datang kesana untuk mengajak anaknya mandi disitu. Nah kalau untuk pantai prigi ndak berani. Jadi memang mungkin ndak tertarik juga untuk datang kesana. Ditambah lagi karena jaraknya luas ya, ndak tahu ya mungkin karena sudah polanya kita ketika ingin menikmati suatu objek wisata, maunya isntan serba dekat. Kalau untuk menikmati tempat wisata jalan kaki dulu segala macam kayaknya kita males, kayaknya lho ya. Nah itu yang membuat karanggongso jadi lebih ramai	
J	:	Nah ini tadi kita dapet info dari BAPEDDA katanya Dinas Pariwisata itu fokus ke Pantai Prigi itu apa bener ya bu?	
P1	:	Betul. Jadi tahun 2015 kemarin ya, titik pembangunan, titik penambahan fasilitas itu tersebar karena yang ada dikelola oleh dinas itu kan pantai pelang, panggul, kemudian di prigi. Nah ketika kita ingin membangun pada saat itu, maka itu dibangun dibeberapa titik itu. Ini ada simbaronse juga, gak jadi penelitian ya yang simbaronse?	
J	:	Simbaronse dimana bu?	

P1	:	<p>Simbaronse sebelah sininya lagi gatau arah barat atau timurnya prigi ya. Di simbaronse itu ada jembatan cinta kalau ndak salah, itu jembatan yang mengitari bukit-bukit batuan yang bisa melihat pemandangan kelaut. Nah kalau dulu itu simbaronse kita kasih apa misalnya dikasih fasilitas ini, ooh apung ini apa jadi terbagi rata. Ketika kita ingin maju lagi ditahun berikutnya ini sudah rusak (fasilitas-fasilitasnya) oleh karena itu kita tahun ini fokus di Prigi kita bangun total di Prigi secara maksimal dengan total karena sudah ada DEDnya kita perbagus. Kalau sudah maksimal sudah punya nilai jual kita berlalih lagi ke pusat lokasi lain. Sehingga jangan yang terjadi yang sebelum-sebelumnya mau kita jual masih kurang ini, kurang beton baru membangun, nah fasilitas yang baru dibangun ini tadi tahun depannya sudah mulai menurun kualitasnya. Tapi pada saat itu dibangun secara serentak, usianya bersamaan indahnyanya juga dapet. Kalau misalnya cuma kebangun bertahap, gazebo cuma 1 misalnya nah kalau kayak gitu ndak bisa kita jual.</p>	
J	:	Kalau programnya yang dalam waktu dekat ini apa saja sih bu?	
P1	:	<p>Yang jelas kita ini, akan melakukan pembangunan fisik disitu akan penambahan fisik-fisik disana sesuai DED. Terutama taman terus kios-kios, yang ada disana selama ini kios-kiosnya itu liar lho mas, bukan dari kita, mereka membangun sendiri itu nanti kita tata.</p>	

		Pemkot menginginkan itu nanti jadi pusat kotanya watu limo, maunya pemkot itu disitu karena disana juga berdekatan dengan hotel prigi. Jadi nanti karena pantai prigi wilayahnya masih enak ditata, artinya wilayahnya tidak terlalu kecil seperti karanggongso. Program prioritas pertama ya itu tadi, melakukan pembangunan-pembangunan di Pantai Prigi. Kalau untuk memancing wisatawan-wisatan kan menunggu pembangunan sampe jadi kan masih lama, ya itu tadi kita pancing melaui festival-festival. Kalau mau deket ini kegiatan kita akhir maret.	
J		Kalau itu bu, dari masyarakat lokal sendiri gimana respon masyarakat lokal sendiri terhadap pantainya? Apakah mereka peduli apakah acuh tak acuh?	
P1	:	Terlalu peduli ya. Akhirnya merasa memiliki terhadap daerahnya akhirnya mereka seenaknya. Membangun kios-kios liar, berjualan tanpa ijin padahal itu ada aturannya dari kita. Artinya pemerintah sudah bekerjasama dengan perhutani untuk mengelola lahan itu. Sebenarnya tidak semua masyarakat disana, tapi disana itu kemajemukannya ditambah dengan banyak pendatang apalagi dari madura. Jadi ketika kita mau mengadakan pemetaan, itu sudah terlalu banyak muli etnis gitu. Jadi mereka yang tidak paham terus punya kepentingan ngelantur gitu ya maksudnya mengatasnamakan rakyat	

		yang lemah gitu, padahal mereka merusak atau mengacaukan. Jadi ketika kita mau melakukan pengelolaan mereka memanfaatkan kelemahan mereka dengan ketidakberpihakan terdapat masyarakat, orang miskin kok gak diberi kesempatan untuk mencari nafkah “memelas” lah intinya. Terus mengadu ke pengadilan-pengadilan, ke perwakilan rakyat. Jadi bagi benar mencintai daerahnya ya mereka mengadakan festival konser terhadap pagelaran budayanya, disatu sisi itu ada yang ndak peduli justru malah mengacaukan itu. Ada 2 yang concern ada yang tidak, yang tidak itu cenderung tidak paham.	
J	:	Kalau dari sisi seni bu, seninya ada nggak disana?	
P1	:	Kalau disana nanti adalah tarian kayak semacam apa ya. Saya lupa namanya. Kalau seni tari itu juga cukup membawa dari watu limo aja ya. Kalau dari trenggalek kan ada trunggoyoso itu, tapi tidak mewakili prigi tapi mewakili kabupaten	
J	:	Kalau dari masyarakat lokalnya sendiri bu apakah mereka punya kemampuan merawat atau mengayomi wisatawan yang datang kesitu?	
P1	:	Sebenarnya iya. Kalau di Karanggongso itu aktif ya pokdarwisnya. Sampai penjual ikannya kadang-kadang memandu, memberikan informasi juga. Kalau di banding Prigi kan karena belum tertata kelola dengan baik itu kalau di Karanggongso itu tanggap. Misalnya	



		kalau ada informasi katakanlah semacam oknum-oknum lah ya mungkin yang pengen membangun apa membangun apa, selama mereka tidak diajak bicara mereka akan menentang. Tapi ketika mereka diajak bicara dipahami apa maksudnya mereka mau bekerjasama. Pokdarwisnya jalan disana, sudah bisa eksplor	
J	:	Kalau promosi bu, media yang digunakan apa?	
P1	:	Promosi media yang digunakan kita ikut ekpo, kemudian pameran pariwisata, ada juga brosur.	
J	:	Berikutnya bu tentang aksesibilitas, apakah kondisi jalan di kawasan wisata prigi ini sudah terbilang layak?	
P1	:	Kalau kondisi jalan, ya sudah terbilang layak disana. Sudah aspal perkerasan. Terus minim juga jalan yang rusak	
J	:	Semisal mengenai jarak antar ODTW di pantai prigi dan odtw yang lain kemudian jarak Kawasan Wisata Prigi dari pusat kegiatan itu bagaimana bu?	
P1	:	Jarak antar ODTW ya, di Karanggongso kana da paket wisata berperahu, dari situ ditawarkan objek-objek wisata lain kan dengan harga paket sekian. Jadi kalau ditanya jaraknya itu dekat dan ada paket wisatanya ke masing-masing odtw. Lalu untuk jarak dari pusat kegiatan itu terbilang dekat juga, kebetulan pusat kegiatan watulimo	


		ada di Prigi. Dan lama tempuh ke Prigi dari Pusat kegiatan berkisar 10 menit kalau dari jarak terluar kecamatan ke Prigi sekitar 30 menit	
J	:	Kalau target konsumen, disini dipantai prigi sendiri ada nggak target kayak misalnya rentang usia atau target segmen pasar gitu?	
P1	:	Jadi begini dek. Kalau pantai prigi sudah tertata dengan baik, itu bisa kita menargetkan segmen pasar. Nah sasaranya itu bisa kok anak sekolah, bekerja sama dengan dinas pendidikan, nah tapi untuk memenuhi suatu target itu kan tidak cuma kesana hanya untuk menikmati pantai. Biasanya kan kalau paket itu ada edukasinya juga. Jadi segmen pasarnya ya semua tidak ada kekhususan	
J	:	Kalau mungkin di pantai prigi sendiri itu ada nggak kayak semacam fasilitas kayak semacam orang yang emang rentan kayak anak kecil, orangtua, lansia atau masyarakat difabel gitu?	
P1	:	Tempat khusus atau ketersediaan kursi roda gitu ya. Intinya kalau sudah dikelola dan dipakai dengan baik, apapun itu bisa kita laksanakan. Penambahan daya tarik, promosi berupa paket, sasaran	

		bisa kita bedakan berdasarkan usia. Makanya kenapa fokusnya di Prigi? Karena lokasi yang terdekat itu di Prigi. Kalau untuk ke panggul kan lebih cenderung dari pacitan ya kalau cenderung mau mendekati, kalau di prigi kan dekat. Enggak ngambil gua lowo juga?	
J	:	Kebetulan fokusnya di kawasan prigi bu.	
P1	:	Kemaren ada mahasiswa juga lebih ke penerapan ripda itu sendiri terhadap lokasi wisata. Kalau ini cenderung ke brandnya ya, itu cenderung ke pemasaran sebenarnya dek.	
J	:	Lalu dari perubahan fisik, baik dari pembangunan, pelayanan, ataupun peningkatan kualitas pembangunan itu gimana progresnya?	
P1	:	Kalau di karanggongso itu sudah banyak ya perubahannya. Kalau di Pantai prigi itu untuk penambahan fasilitas itu baru akan kita laksanakan selain yang panggung 360 itu	
J	:	Kalau untuk perubahan pelayanan dan perubahan personil?	
P1	:	Tentunya kalau untuk perubahan personil kita melakukan evaluasi apakah perlu ada penambahan atau pergantian personil yang kurang kompeten. Kalau untuk pelayanan sama saja, dilakukan evaluasi kalau memang wisatawan tidak puas dan banyak komplaun maka perlu ditingkatkan lagi pelayanannya.	

J	:	Untuk citra kawasan bu, menurut ibu gimana sih masyarakat atau wisatawan memandang kesan kawasan dari kawasan prigi sendiri?	
P1	:	Kalau dilihat dari jumlah pengunjung kesan yang kita dapat itu apa yang dikeluhkan masyarakat itu ada di kebersihan. Tapi semenjak ada keluhan itu akhirnya jadi ada kegiatan pembersihan berkala setiap minggu.	
J	:	Kalau yang di karanggongso bu itu sudah bagus?	
P1	:	Kalau disebut bagus sih kapal-kapal disana nyatanya masih liar begitu memang masih butuh penataan lagi, tapi karena lautnya bisa dinikmati bisa dibuat renang gitu mau tidak mau orang-orang ya banyak yang kesitu. Untuk pengelolaan SDMnya kita jelas kurang, kurangnya itu artinya begini penanaman ke pengunjung. Ini kemarin kami juga barusan pulang dari study banding ke malang dari yayasan bakti sendang biru, itu sudah bagus. Itu lokasi wisatanya dijadikan pusat konservasi dari sana, jadi pengunjungnya dijaga untuk menjaga kebersihan. Jadi intinya kalau mau bicara dengan brand, promosi baru bisa berjalan kalau daerahnya sudah bisa dijual. Nah siap dijual itu harus memenuhi beberapa unsur, kebersihan, kenyamanan tempatnya, ketersediaan jasa, penginapan segala macam nah ketika itu sudah dipenuhi brand bisa jalan. Kemudian bagaimana untuk bisa meningkatkan, ketika kita ingin meningkatkan suatu tempat lokasi	

		wisata itu bukan meningkatkan subsidi pemerintah, bukan meningkatkan anggaran supaya banyak membangun disitu tidak. Tapi justru mereka dimotivasi untuk mengelola asetnya sendiri darimana, ya jangan mengeluh jangan minta melulu dari pemerintah. Disana punya banyak pohon bambu, kamu kelola disitu, kamu bikin pasar disitu. Darisitulah nanti suatu kawasan bisa memiliki brand, sentra industri kerajinan bambu. Brand tidak harus sesuai kenyataan juga, tapi mendekati kenyataan, seperti di sendang biru itu kan dinamakan pantai 3 warna karena brand. 3 warna itu kan sebenarnya alami dari pantai itu sendiri, ditengahnya itu pasti warnanya lebih biru, kemudian hijau, mendekati daratan lebih hijau.	
J		Misalnya ada wisatawan ada datang kesana, apa sih yang bisa dilihat, apa sih yang dilakukan, dan apa yang bisa dibeli disana?	
P1	:	Kalau mau dilihat untuk viewnya ya jelas suasana dan keindahan pantai. Kelebihannya yang lain apa ya, mungkin karena bukan laut lepas ya pantainya safe. Apa yang harus dibeli, ya ikan bakar yang ada disana.	
J	:	kalau dari dinas pariwisata sendiri apa bu yang ingin ditonjolkan dari kawasan prigi?	
P1	:	Apa ya, yang mau kita jual disitu ya keindahan alamnya. Apalagi prigi kalau sudah tertata dengan baik. Untuk saat ini saja yang	

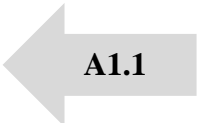
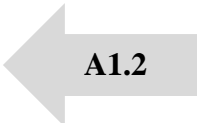
		berkunjung ke Pantai Prigi dan Karanggongso terbilang cukup banyak, padahal untuk Pantai Prigi sendiri masih dilakukan pembangunan.	
J	:	Terakhir bu citra dari kawasan prigi itu apa? Bagaimana orang memandang kawasan wisata prigi itu?	
P1	:	Jadi begini. Walaupun kawasan wisata prigi merupakan trademark wisata di kabupaten trenggalek akan tetapi kesan yang diketahui oleh pengunjung adalah berupa “pantai pasir putih” padahal pantai pasir putih di Jawa Timur kan banyak.	
J	:	Jadi belum punya brand ya bu?	
P1	:	Seperti yang sudah saya sebutkan tadi, dinas pariwisata kan baru-baru ini studi banding ke pantai 3 warna. Sebenarnya perlu diciptakan image seperti itu dikawasan wisata prigi. Pantai 3 warna kan Cuma laut yang tidak dekat dengan bibir pantai warnanya gelap, kemudian laut yang dekat dengan bibir pantai agak cerah, kemudian pantainya berwarna berbeda. Nah perlu menciptakan ide-ide atau bagaimana supaya bisa menyampaikan pesan seperti itu ke wisatawan	
J	:	Begitu ya bu. Pertanyaan sudah habis bu.	

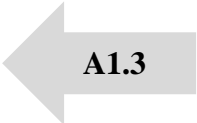
P1	:	Iya, kalau ditanya unsur ciri khas dan keunikan ya sudah ada, kawasan prigi punya unsur tersebut. Cuma imagenya saja dimata masarakat masih memandang hanya sebagai pantai pasir putih	
----	---	--	---

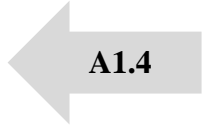
LAMPIRAN C3

Narasumber : Marzuki (K)
Interviewer : Jhon Jhohan Putra K.D. (J)
 Tempat, tanggal: Pantai Prigi, Rabu, 8 Maret 2017
 Durasi : 10.15 – 12.10 (115 menit)

<i>INISIAL</i>		<i>DIALOG</i>	<i>KODE</i>
K	:	-keliling pokoknya selama hampir kalau nggak salah itu ya 1 jam lebihlah, 1 jam lebih. Ya kalau memang nanti untuk pengunjung pingin apa mancing gitu ya bisa melayani kalau di sini. Pingin mancing ke tengah, mancing ke mana, itu bisa. Memang dari sini itu kalau kalau mahasiswa-mahasiswa itu banyak Mas, yang terutama itu sini itu yang paling sering itu yang kita datangi itu yang datang itu dari Kampung Inggris. Kampung Inggris itu lo Mas.	
J	:	Pare?	

K	:	<p>Sering itu ke sini pokoknya. Pokoknya katanya ada yang dari Mojokerto itu kemarin itu kalau nggak ke sini ini katanya nggak nggak terlalu enak. Permasalahannya apa? Di sini itu mayoritas pantai selatan yang bisa untuk renang kan Pasir Putih. Mayoritaslah. Intinya kalau dilihat dari daerah Jember, pokoknya daerah Malang, daerah mana, kan ombaknya kan agak kan besar, terlalu besar. Ya bisa, tapi kan kewaspadaannya tinggi. Pokoknya kalau sini ini ya kalau gelombang kan cuma ya sekedar gini aja mas untuk hal itu, untuk penikmat intinya itu, kalau para pengunjung memang hal-hal yang bisa kita intinya itu untuk refreshing.</p> <p>Di tengah laut ya kapal ada, banana boat itu ada, kan kayak apa bola, opo sih koyo bola itu Mas?</p>	 <p>A1.1</p>  <p>A1.2</p>
J	:	Donat.	
K1	:	Donat itu kan ada. Pokoknya untuk sementara ini ya insyaallah itu dari intinya itu dari apa pantai-pantai yang ada di daerah mana itu kan ada, dari daerah Bandung, Bandung Jawa Barat itu?	
K2	:	Pangandaran.	
K1	:	Pangandaran itu pokoknya permainan-permainannya hampir sama yang di sanalah gitu. Kalau memang yang sini layang-layang belum ada. Itu yang kayak terbang itu lo Mas, sini belum ada terus terang.	

K2	:	Peminatnya yang---	
K1	:	Peminatnya yang belum ada kalau di sini gitu. Ya itu untuk hal-hal itu nanti memang ya terutama kalau penikmat pengunjung yang ada di sini ya selain apa itu apa kuliner-kuliner ikan bakar, memang semua kita siapkan itu.	
J	:	Kalau di sini keadaannya dari atraksi wisata tersebut gimana Pak?	
K1	:	Ya---.	
J	:	Sudah ada yang rusakkah, ada yang kayak atau gimana?	
K1	:	Untuk sementara ini kalau kendalanya untuk apa itu banana boat atau apa itu memang kalau rusaknya itu ya ada, sering bocor. Tapi intinya bocor itu bisa dikendalikan, untuk perbaikan memang di pinggir Mas. Pas apa hari kita itu intinya itu yang punya itu intinya hari-hari sepilah dipinggirkan memang ada kebocoran, kan nggak terlalu parah ya itu.	
K2	:	Kendalanya itu kalau ombak pasang.	
K1	:	Atau ombak pasang, intinya gitu. Intinya pokoknya memang kalau ini kan nggak pasir to Mas ke sana itu, ini kan karang. Pasir putihnya ya ini, kalau sananya itu karang-karang. Nanti kalau memang ini surut, ini kan kelihatan	 A1.3

J	:	Karangnya ya Pak?	
K1	:	Iya, karangnya kelihatan. Memang dulunya sini ini perkembangan-perkembangan itu ada terumbu karang itu tengah-tengahnya itu dikasih. Yang kalau nggak salah itu dari Brawijaya yang dulu itu, dari Brawijaya itu memang mengadakan intinya itu penanaman terumbu karang di sini, sering. Kemudian yang terjadi ya itu.	
J	:	Kalau mungkin bakau Pak, gimana?	
K1	:	Untuk bakau kalau di sini ini ya kalau tanaman bakau yang ada di daerah---	
K2	:	Mangrove.	
K1	:	Mangrove.	
K2	:	Cengkong.	
J	:	Cengkong?	
K1	:	He'e.	
K2	:	Itu tanaman mangrove.	
K1	:	Itu tanaman mangrove yang ada itu di Cengkong, itu ada, kawasan sana itu ada. Memang luas, agak luas. Kan anu ada jembatannya apa, jembatan apa Mas?	
K2	:	Jembatan anu kayu itu lo.	

K1	:	He'e, dinamai apa jembatan opo itu?	
J	:	Ada namanya ya.	
K1	:	Asmara? Eh.	
K2	:	Bukan.	
J	:	Jembatan mangrove?	
K1	:	Opo jenengan, ada ada istilahnya.	
K2	:	Galau.	
K1	:	Galau, iya ada. Ya intinya ya kita ibaratnya hal-hal ini kalau saya pokoknya kalau kawasan sini ini ya perlu kita tata intinya lo Mas, ini langsung aja, fokusnya ini yang saya ini, bukan saya sendiri, tapi dari pihak pengunjung juga. Sementara kalau hari ramai untuk penataan kapal, kapal itu kalau bisa jangan sampai disandar di pinggir.	
J	:	Pinggir?	
K1	:	Pinggir kayak gini.	
J	:	Nggih.	
K1	:	Ini memang kita usulkan ke pihak pariwisata kalau kalau bisa itu penataannya di perhatikan, permasalahannya sangat mengganggu pengunjung yang ingin berenang. Ngoten niki kan yang renang kan kesulitan Mas. Soalnya yang bisa itu kawasan sini gitu, hal-hal yang gitu, pokoknya untuk penataan-penataan sini bukannya ya dari	

		<p>pihak saya opo ya anu cari muka sebenarnya, tapi ya bersama-sama monggo gimana bagusna pantai kita ini gimana. Jangan sampai kalah dengan pantai lain, kan gitu to. Kalau bisa dinomorsatukan. Nantinya memang di sini dipilih tingkat internasional untuk kawasan pantai Prigi sama pantai Pasir Putih sama Goa Lowo itu memang mau diadakan lomba, intinya lomba pariwisata sehat. Kalau nggak salah itu, kalau terjadi lo nanti lo maksudku, itu bulan 8, Agustus itu. Itu tingkatnya internasional tingkatnya. Ya dari pihak-pihak pariwisata memang sudah ada bocoran itu, tapi yang sudah mengetahui itu memang dari tim 9, khususnya yang tim-tim di Watulimo, kecamatan Watulimo sudah ada info untuk penataan, masalahnya ini yang dari sini masalah kesehatan. Nah kesehatan yang ditulis ya apa itu dari pihak kedokteran, kedokteran ini yang puskesmas itu sudah tahu, malah tahu, wisata sehat kan gitu. Ya yang saya kita usulkan itu memang kalau ada itu memang sini itu apa tempat kayak puskesmas kecillah.</p>	
J	:	Tempatnya di sini?	
K1	:	Iya, nanti ditaruh itu di depan di pos itu, P3K apa namanya?	
J	:	Pertolongan pertama.	
K1	:	Ya, benar ya?	

J	:	Iya.	
K1	:	Nanti memang kemarin itu kan bingung. Ya saya kan ikut rapat lo nanti dokternya gimana? Ya gini pak kalau memang ada dokter, ibaratnya kayak kan semua yang di puskesmas itu insyaallah ya nggak semua kerja to, ya taruh sana 1 atau 2 atau memang ada waktu tolong orang sini itu dianu Mas, dikasih intinya pengarahan ki ngene lo carane, cara pertolongan pertama. Dikasih aja pelatihan. Pokoknya gini caranya. Itu lo, itu yang satu. Untuk yang kedua yang kita usulkan memang polisi pantai harus diadakan.	
J	:	Oh selama ini nggak ada Pak?	
K1	:	Untuk sementara belum ada Mas. Tapi kita itu dekat dengan (amit) dari pihak pariwisata, kepala pariwisata kan yang sekarang, saya ya intinya nggak nggak terlalu dekatlah, ya kenal Mas. Ini saya memang berani bicara, intinya saya minta hal-hal yang kayak itu, penjaga pantai, saya bilang langsung P3K tadi saya usulkan. Langsung nanti untuk penataan-penataan lain ya kapal ini dan ban-ban itu, biar dipandang itu bersih. Ibaratnya pengunjung itu duduk-duduk di pinggir pantai itu bisa enak kan gitu, bisa enak, bisa aman. Ibarate suk tahun depan, ibarate orang nggak kapok, oh penak nang kono ae, udarane penak tur orangnya ramah-ramah. Intinya memang dari kelompok kita itu mengusahakan, mengumpulkan teman-teman	

		itu sama pengunjung harus ramah, intinya itu memang ibarate pembeli, termasuk pembeli, pengunjung itu termasuk pembeli. Ibarate pembeli itu memang kan raja intinya. Tapi kalau memang dia nanti disakiti, wis ora rene meneh, wis ora tuku karcis nang kene meneh. Tapi mriki termasuk hal-hal itu memang dari kelompok darwis kita maupun baru mas ya sebenarnya sudah lama minat, tapi untuk SK itu kalau Mas tadi yang menunjuk kita, sini itu memang ada kelompok darwis tapi sebelumnya itu ya semua, bareng-bareng dulunya itu minta tapi belum di acc sama kepala dinas, belum dikasih SK, itu dulu. Jadi ada dua titik sebenarnya, sebelah sana sama saya Dulu saya mengajukan sendiri. Kan ngapain to? Biar ibaratna sana kan nanti ibaratnya sana pingin apa itu kerja bakti sendiri silakan. Kalau sini kan udah semenjak kita buka ini lapak ini, pembakar ikan khusus, ini ya kelompok Mas, kelompoknya Pasir Bahari.	
J	:	Pasir Bahari?	
K1	:	Iya, ini kelompoknya Pasir Bahari. Nah untuk yang laki-laki kita bentuk dengan kelompok darwis, yang untuk perempuan itu khusus kelompok pengolahan pengasapan ikan gitu, yang laki-laki kita jadikan kelompok darwis semenjak kita buka. Tapi ya nggak anu Mas, sementara yang kita bersihkan depan kita ini.	

J	:	Daerah---	
K1	:	Daerah kita gini. Ya semoga dengan kita itu dulu lo Mas, dulu. Itu terus sini yang saya bersihkan, ya sama teman-teman ini semua satu kelompok. Wong itu kalau nggak datang aja kita denda kok.	
J	:	(tertawa).	
K1	:	Iya Mas, benar, kita denda. Itu pertama itu 20 ribu. Sekarang mencapai 50 ribu. Untuk ibaratnya apa? Atine ibarate ben rumongso, eh iyo aku iki ning kene iki ibarate mung golek pangan. Nek awakku iki ra melok jogo, ra melok ngopeni, engko yo piye. Kalau memang mengandalkan dari pihak pariwisata intinya kan nggak banyak to Mas, yo kasihan juga. Kalau dari ibaratnya pegawai itu kan cuma berapa. Kawasan segini lebarnya, kan gitu. Kalau memang nanti kita sadar, ya intinya kita sadar itu kan ya sangat membantu dia, umpama kerjaan dia kan selain apa pas hari-hari H itu ya menjaga parkir, menata parkir, kan ya kita itu kita kan ya dikit-dikit membantu bersih-bersih apa. Tapi sekarang itu alhamdulillah dari provinsi yang membantu, sangat membantu provinsi, apalagi mobil-mobil semenjak bupati kita itu Mas Emil udah ada itu, sekarang itu ya termasuk melesat Mas. Dulu itu sini itu cuma 1 mobil, gantian sama Prigi untuk pengangkutan sampah Mas.	

K2	:	Udah lama Mas.	
K1	:	Untuk pengangkutan sampah lo Mas itu, untuk sampah, untuk kebersihan. Cuma satu Mas. Saya ya sering, teman-teman itu sering, kudune ngene, kudune tambah. Usul. Nggak ada jawaban. Semenjak bupati kita itu Mas Emil, kalau nggak salah yang baru itu berapa?	
K2	:	2 kalau nggak 3.	
K1	:	Langsung didatangkan 2. Memang Pak Joko, Pak Joko Irianto punya prinsip, saya mau dijadikan kepala pariwisata, tapi tolong pokoke gimana yo? Manut akulah. Intinya permintaan apa pun ini nek iso ki aku ki turutono, kan ngoten. Oke, kan. Ya alhamdulillah sekarang itu perpimsi itu tiap hari tiap pagi itu bekerja. Ini sekarang perpimsi.	
J	:	perpimsi?	
K1	:	Iya, perpimsi.	
J	:	Itu apa Pak?	
K1	:	perpimsi itu opo yo? Koyo kebersihan lingkungan ki opo yang anu. pegawai juga.	
J	:	Oh dari---.	
K1	:	Pemerintah.	
J	:	Dari pemerintah?	

K1	:	Iya. Kita dari pihak bupati itu mengharapkan perpimsi itu bantu tempat wisata untuk kebersihan ini. Memang kelihatan kotor ini, tapi bersih Mas. Kan ini kan anu to banyak daun-daun, ranting-ranting yang anu, yang kering to ini. Jatuh gitu ya. Kita harus menyadari hal-hal yang kayak gini. Sebenare nanti ya kalau pagi gitu ya bersih. Tapi kalau siang hari ya udah ya memang-. Kalau nanti ini ditebangi semua kan ya nggak bagus, malah panas, nanti pengunjung kepanasan, kan gitu. Koleh monggo diunjuk.	
J	:	Nggih Pak.	
K1	:	Nggih, ya itu.	
J	:	Berikutnya yang tentang itu Pak tentang fasilitas. Kalau di sini pusat informasinya sudah ada?	
K1	:	Iya, ada oke	
J	:	Apakah dia itu sudah berjalan dengan baik?	
K1	:	Ya gini, masalah informasi tadi ya, itu sementara di sini itu ya sudah berjalan, ya ibaratnya 75% Mas, 75% lah. Memang bangunannya itu ya perlu, perlu intinya itu ditata dengan bagus. Kan memang dari pihak Pak Joko Irianto rencana itu mau ditingkat. Yang atas itu untuk informasi, yang bawah untuk P3K?	
K2	:	Yang atas sendiri untuk anu SAR.	

K1	:	Oh iya, intinya ngoten.	
K2	:	He'e.	
K1	:	Tapi memang itu kalau ruang informasi. Pokoknya kalau siaran-siaran itu apa ada keluarganya yang menunggu, ada ini, kalau sini udah, udah lancarlah, ya udah lancar, udah udah intinya itu udah ada. Ya permasalahan cuma sekarang itu ya kondisinya itu bangunannya kan sudah lama Mas	
J	:	Ngoten nggih.	
K1	:	Iya. Ya itu yang itu.	
J	:	Kalau itu tadi kan ada katanya P3K.	
K1	:	Iya, he'e.	
J	:	Nah itu realisasinya kapan atau sekarang masih belum ada berarti?	
K1	:	Yang ini belum Mas. Memang usulan kita dari kelompok darwis kita kan sering Mas terlihat dari itu kan dari segi pengunjung, kena karang, kena batu, apapun itu kejadian itu kan sementara ini belum ada. Nanti kalau memang itu ada, kan daripada pengunjung itu beli intinya itu mengeluarkan uang untuk beli tansoplas atau apa, kan mending kalau memang kita itu menyiapkan lebih etis kan gitu to, lebih bagus kan ngoten to. Pokoknya intinya kalau nggak bulan 4, bulan 5 itu diadakan.	

J	:	Dari Dinas Pariwisata.	
K1	:	Dinas Pariwisata. Karena memang kita dekat dengan dinas yang itu dekat Mas, kita berani, apapun permintaan memang itu membangun, kita siap.	
J	:	Kalau proses pengamanan Pak di sini?	
K1	:	Untuk pengamanan sementara ya itu masuk untuk pengamanan penjagaan itu dari sisi pengunjung apa-apa, memang langsung dari pos itu ya ini, yang mayoritasnya yang perenang itu Mas. Perenang itu kalau orang jauh kan suka to, gembira. Kadang itu sampai ke tengah. Itu dari situ langsung disiarkan, jangan sampai ke tengah, intinya gitu lo, langsung. Ya banyak yang merapat ke tepi kan gitu. Ya itu kalau untuk kejadian-kejadian yang terjadi, ya ada Mas, tapi kan nggak seberapa ya. Cuma intinya memang banyak itu kecerobohan-kecerobohan, ya wis ibarate yo apese barang Mas ngoten, ibarate dari pengunjung nggak anu, memang ya wis karek ibarate sudah hati-hati tapi ya udah apes gimana lagi. Itu ya ada Mas, dulu ada, kejadian hal itu. Tapi kebanyakan itu perenang.	
J	:	Perenang	

K1	:	Perenang, nggak anu, nggak bisa, biasanya naik-naik ban ya Mas yo, lepas dari ban nah itu. Kalau nggak salah sini semenjak saya di sini itu satu kali kalau nggak salah, dua kali itu orang gila.	
J	:	Oh orang gila.	
K1	:	Iya ya Mas yo, wong wedok yo?	
K2	:	Iya.	
K1	:	Yang satu yang satu sini itu orang Trenggalek kalau nggak salah.	
K2	:	Trenggalek, Tugu.	
K1	:	Tugu, Trenggalek itu.	
K2	:	Masih anak-anak, itu kan udah dibilangi, tetap---.	
K1	:	Dibilangi tetap anu gitu lo. Kan dibilangi situ itu dalam kan gitu, itu kan terus kan gitu kan.	
K2	:	Akhirnya lepas dari ban.	
K1	:	Lepas dari ban, tenggelam. Itu dari Trenggalek, dari Tugu, itu ada terjadi Mas. Kalau lain-lainnya itu ya kalau kecelakaan kecil kena karang, kena apa itu ya ada Mas memang posisinya orang renang itu kalau udah anu kan dia itu kan yo gembira gitu kan ya, lompat-lompat gitu kan. Sering terjadi hal-hal itu he'e.	
J	:	Kalau itu Pak rencana ke depan buat pengamanan, proses rencana untuk pengamanan itu apa?	

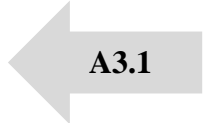
K1	:	Untuk sementara untuk pengamanan kita memang fokusnya itu saya minta itu polisi itu Mas.	
J	:	baywath atau polisi pantai?	
K1	:	Polisi pantai.	
J	:	Pantai ya.	
K1	:	Langsung menjaga di pinggir pantai Mas. Memang nanti untuk hal itu kalau memang nanti ada apa yang mau kita tambahkan kita tambahkan, kita minta gitu memang Mas, dari pihak pariwisata oke bisa, bisa masuk kan gitu, itu memang untuk membangun kan memang. Kan semua di bali paling ya ada lo Mas seperti itu kiranya, pasti. Polisi pantai itu memang ada kan gitu to.	
J	:	Dari kepolisian atau dari Dinas dinas?	
K1	:	Yang dulu, dulu itu rencana gini, dari pihak pariwisata itu memang mau menemui dari kepolisian Mas, dari pol air juga. Nanti memang dirundingkan intinya nanti mengambilnya dari mana, kan memang untuk Trenggalek, dari pihak pembuat aja memang itu yang diperlukan, harus itu, acungkan jempol, usulanna itu memang dia anu, memang belum ada kan ngoten to. Memang dia membangun ya nanti kalau pak bupatinya ngomong paling insyaallah nanti ya secepatnya, biasanya kan gitu.	


K1	:	Iya. Kalau tempat ibadah Pak?	
J	:	Kalau kita punya mushola ada, tempat ibadah punya, wudhunya ya ada. Tapi memang nek hari-hari H Mas, intinya ya kondisinya itu ya kurang lebar, tapi semua ruko yang ada kamar mandinya itu situ itu semua mayoritas ada musholanya. Tapi untuk tempat mushola itu sementara ya nggak kurang to Mas. Kalau memang hari Jumat, hari Jumat itu pasti tidak ada, kita ke sebelah sana. Kan sepi to Mas hari Jumat itu ya nggak terlalu banyak pengunjungnya. Tapi mintanya saya seperti saya sebagai pengguna pariwisata kalau hari-hari ramai yang kayak saya yang habis saya datengin itu kan di Malang, di daerah mana Mas?	
K2	:	Selecta.	
K1	:	Selecta ya Mas ya, umpama sini itu kayak Selecta, penghasilan kita itu kan ya bertambah. Selecta itu kan hari-hari biasa busnya berapa Mas? 30.	
K2	:	26.	
K1	:	26 itu Mas itu pas saya ke sana.	
J	:	26?	
K1	:	26 bus unit hari biasa itu, belum hari Sabtu Minggu lo. Itu yang di Selecta. Saya iri memang yang di Batu itu. Kalau memang intinya	

		sini kayak itu kan yang saya maksud gini, oh orang liburan itu kan bukan yang pegawai. Ya itu ya ada pegawainya ada gitu to, intinya yang memang Sabtu Minggu kan pegawai to, kan gitu to. Orang umum intinya orang umum juga ada kata liburan. Kan kayak yang di Selecta itu kiranya kan ya dari pihak sekolahan juga ada yang datang itu. Dari kebanyakan itu dari umum, orang-orang umum ngoten lo. Saya iri dengan adanya di Selecta itu lo iri. Umpama kita Pasir Putih kayak itu, gimana? Wah hebat, penghasilan kita tambah pastinya.	
J	:	Kalau ini Pak tentang fasilitas akomodasi untuk akomodasi buat makan, buat penginapan, itu gimana Pak?	
K1	:	Untuk yang di kawasan Pasir Putih sini Mas penginapan itu nggak ada, tapi kalau di luar Pasir Putih sini lo, di kampung sana penginapan itu banyak, berapa yo? Ada kalau 5 ya?	
K2	:	4, 5.	
K1	:	5.	
J	:	: Itu rumah warga atau---	
K1	:	Intinya ya intinya swasta Mas itu swasta. Kalau sing homestay-nya ya ada, homestay-nya ada sana kalau untuk penginapan. Untuk warung-warung ya udah ada warung makan.	

J	:	Itu gimana Pak respon masyarakat, apakah banyak yang nginap, banyak yang makan di sini atau gimana?	
K1	:	Ya intinya gini, kalau masalah penginapan intinya ya, kalau makan itu ya ada yang di dalam, ada yang di luar Mas, ada yang di dalam hotel, ada yang keluar. Kan kalau sini itu kalau masalah makanan orang kota itu biasanya ya makan makanan ya memang mayoritas yang pengunjung sini memang ikan laut, yang disuka mayoritas itu. Memang kita ini intinya, kalau pengunjung ya, pengunjung itu kelihatannya itu yang saya tanya kalau belum bawa ikan, oleh-oleh ikan asap Pasir Putih itu belum maremlah. Tapi kalau memang kayak homestay, kayak anu itu kalau tiap Sabtu Minggu kalau sini insyaallah itu full. Full yo Mas to, mayoritas full yo?	
K2	:	Sabtu Minggu.	
K1	:	Sabtu Minggu itu, Sabtu Minggu pokoknya mayoritas full.	
K2	:	Hotel sudah penuh.	
K1	:	Apalagi hari-hari besar Mas.	
K2	:	Hotelnnya tadi itu penuh semua, akhirnya ke homestay.	
K1	:	Ke homestay gitu.	
J	:	Homestay-nya katanya di---.	
K1	:	Ya sana, dekat sana aja.	

K2	:	Kanan kirinya.	
K1	:	Kanan kirinya situ, ya ya menyiapkan homestay gitu. Kan biasanya itu memang kalau nanti hotel itu sudah full, larinya ke homestay gitu. Kadang ya nggak pastilah, kadang homestay-nya isi, hotelnya ya kosong, ya ada gitu.	
J	:	Kalau harganya itu berapa Pak?	
K1	:	Untuk sementara ini kalau sedaerah sini ya termasuk dari dibandingkan dengan Tulungagung, daerah itu ya termasuk agak mahal dikit Mas.	
J	:	Oh gitu.	
K1	:	Iya, agak mahal dikit kalau sini.	
K2	:	Kalau Pasir Putih itu cuma kurang event Mas.	
K1	:	Iya.	
K2	:	Kurang event. Tapi kalau Prigi sering event. Tapi sama larinya Prigi nanti ke sini. Kabeh to.	
K1	:	Kaleh monggo diunjuk.	
J	:	Nggih Pak.	
K2	:	Kalau untuk Pasir Putih sendiri kurang mengadakan event.	
K1	:	Wis acara-acara apa gitu lo Mas.	

K2	:	He'e, khusus Pasir Putih lo.	
K1	:	Khusus Pasir Putih sebenarnya belum ada.	
K2	:	Belum ada event. Ya selama saya jualan lo nggak ada mengadakan istilahnya menarik khusus Pasir Putih.	
J	:	Yang Prigi Fest itu?	
K2	:	Nah.	
K1	:	Ya itu, itu ya.	
K2	:	Kan Prigi, ya to, kan Prigi.	
J	:	Yang dipromosikan Prigi?	
K1	:	Yang Prigi.	
J	:	Kalau yang sini belum?	
K2	:	Belum pernah.	
K1	:	Tapi intinya ya semoga aja dengan adanya Prigi Fest semua itu di kawasan sini ini bisa dirangkul, kan ngoten to. Memang yang mengadakan Prigi Fest itu termasuk ya teman-teman kita semua, pimpinannya ya teman kita semua ini. Memang untuk bulan ini bulan 24, eh, tanggal 24, 25, 26, itu ada event itu. Prigi fest itu juga berguna untuk mempromosikan pantai prigi sebagai tujuan wisata nasional	
J	:	Mei atau April?	

K2	:	Ini.	
J	:	Oh Maret ini?	
K1	:	Maret ini.	
J	:	24 sampai?	
K1	:	24 sampai 26 kalau nggak salah. Itu yang yang datang itu opo, NAFF sama	
K2	:	Anu, Kotak, Kotak Mas.	
K1	:	He'e, NAFF sama Kotak. Dulunya kan Inbox maunya, tapi Inbox nggak bisa. Untuk anunya nanti Pak Lon-, anu Mas Lontong itu lo.	
J	:	Cak Lontong?	
K1	:	Cak Lontong itu.	
J	:	Itu pagi sampai sore atau malam, atau malamnya?	
K1	:	Itu nanti untuk acara-acara hari itu biasanya pagi sampai sore. Kalau malam itu apa ya hiburane yo? Apa ada ada atau nggak apa nanti ada apa pameran-pameran gitu sekiranya ya itu nanti. Kalau memang Masnya nanti pingin lihat tolong ya langsung ae lihat apalah kesini kalau memang di apa dikuliahnya santai gitu kan bisa.	
K2	:	Ya sambil tambah-tambah.	

J	:	Nah itu kok event-nya lebih ke Prigi itu kenapa Pak? Padahal kan kemarin saya lihat di Dinas Pariwisata itu pengunjungnya itu banyakan Karanggongso.	
K1	:	Iya memang. Event di Prigi itu dulunya memang pertama buka yang diadakan memang di Prigi, di kawasan situ. Untuk balap ke perahu, miniatur perahu itu yang mayoritas enak di anu kan di situ to Mas.	
J	:	Oh.	
K1	:	Di dekat kapal-kapal slerek itu, kapal-kapal yang besar itu. Itu lokasinya kan karena dikasih kayak apa itu kayak teluk gitu to dianu apa batu-batu tengah itu ya pelabuhan, kan ombaknya nggak terlalu.	
K2	:	Anu Mas, memang Prigi itu terkenal, lebih terkenal nama.	
1	:	He'e.	
K2	:	Soalnya sana kan pelabuhan ikan.	
K1	:	Pelabuhan ikan.	
K2	:	Yang terkenal kan nama.	
K1	:	Ya, nama.	
K2	:	Nama, jadi dibuat kesempatan namanya. Tapi yang ramai pariwisata ya sini.	

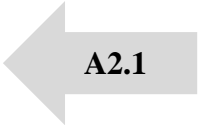
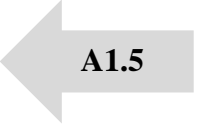
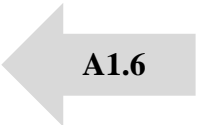
K1	:	Ya dulu Mas kita buka itu, kita buka di sini ini, cuma dikit lo Mas bus itu. Paling cuma 1-2 pertama buka.	
J	:	Perhari?	
K1	:	Iya. Semenjak kita itu ya saling ramai-ramai dulu kan cuma orang 3 to yang jualan ikan ini, pertama yang sini, langsung-, ya semenjak ramai ini. Sekarang pun pengunjung kayak tertarik. Ramai sini daripada sana.	
K2	:	Lambat laun Mas.	
K1	:	Lambat laun gitu Mas. Apalagi sekarang ditambah yang sebelah sana.	
J	:	Parkirnya di dekat mushola situ pak?	
K1	:	He'e, yang ada musholanya tadi. Ya situ untuk parkir apa untuk pengunjung kan ya tambah.	
K2	:	Sebenarnya itu---.	
K1	:	Dulu cuma sini Mas. Hari-hari ya kayak tahun baru, udah. Nggak cukup.	
K2	:	Khusus pesisir itu banyak Mas, pengelolanya itu kalau investor jeli itu banyak wisata Watulimo itu, Damas, sini.	
K1	:	Iya, ada.	
K2	:	Terus Prigi, Cengkrong, semua tinggal pilih, tinggal pilih.	

K1	:	Oh yo sing penting itu penataan.	
K2	:	Penataan. Sebenarnya ini ada.	
K1	:	Kalau jalan itu kan diperbaiki, ya bangun jalan-jalan itu ditata untuk Trenggalek khususnya, ini insyaallah ya semoga aja jangan sampai mati, semoga aja berkembang. Yang bermasalah ini cuma gini, ada suara yang nggak enak ini katanya mau dibikin pelabuhan Mas. Jadi atau nggaknya itu nggak tahu.	
J	:	Sini?	
K1	:	Sebelah sana.	
J	:	Oh daerah Damas?	
K1	:	Nggak, daerah Karanggongso yang sana. Tadi yang ada musholanya tadi yang sana, itu sana mau di pelabuhan angkut barang itu infonya gitu.	
K2	:	Transit.	
K1	:	Transit. La nanti kalau memang biasanya mayoritas yang terjadi kalau memang ada pelabuhan yang kayak itu pariwisata itu mati biasanya, yang paling banyak kayak gitu, mayoritas.	
K2	:	Kayak Cilacap kae kan mati.	
K1	:	Nah gitu lo.	
K2	:	Cilacap kan yang mati.	

K1	:	Pariwisatanya.	
K2	:	Pangandaran itu kan mati.	
J	:	Sejak dibangunnya pelabuhan?	
K1	:	Iya, mesti kan kumuh to, apa bekas-bekas kapal apa biasane ya itu intinya jangan mengganggu sebenarnya ini, semoga aja nggak terjadi sebenarnya.	
J	:	Oke Pak. Kalau di sini pos-pos hiburannya Pak apa aja?	
K1	:	Untuk di sini kalau hiburannya belum ada Mas, di sini lo Mas.	
J	:	Secara umum Pak di Prigi.	
K1	:	Secara umum ya---.	
K2	:	Secara umum ya event Mas.	
K1	:	Event ada.	
K2	:	Event Mas.	
K1	:	He'e	
K2	:	Dadakan.	
J	:	Oh dadakan?	
K2	:	Iya, misalkan ada ini tanggal sekian ada itu, tapi untuk kayak di Selecta panggung hiburan ya maksudnya ya kayak band tiap minggu ada.	



K1	:	Kan selalu ada.	
K2	:	Sini nggak ada. Belum belum.	
J	:	Kalau sini mayoritas sih yo yang bawa itu dari pihak pengunjung Mas hiburannya itu. Bawa elekton-elekton dari pengunjung yang banyak. Anu situ ada, sini ada, sana ada, gitu udah ramai.	
K1	:	Oke. Inisiatif.	
K1	:	Iya.	
K2	:	Iya.	
K1	:	Pengunjung itu bawa sendiri ngoten. Mayoritas bawa sendiri. Kalau memang kelihatannya kalau diadakan kayak pentas apa seni kalau di sana itu yo enak di sana itu kalau memang---	
K2	:	Sini cuma anu Mas---	
K1	:	Kalau sini belum ada.	
K2	:	Cuma istilahnya itu wisata alam ya sama wisata kuliner. Tapi untuk budaya nggak ada.	
J	:	Nggak ada.	
K2	:	Belum, belum.	
J	:	Sama itu yang kayak rumah apung.	
K2	:	He'e. Kalau budaya belum, belum ditonjolkan.	


J	:	Yang warung-warung itu?	
K2	:	Warung itu kan event.	
K1	:	Oh itu kan tahunan.	
K2	:	Tahunan. Maksudnya kalau seminggu sekali kayak di Sendang Biru apa di Banyu Biru Pasuruan ya, terus tretes kan ada tempatnya sendiri.	
K1	:	Kayak dulu yang di Popoh itu kan sering ada jaranan.	
K2	:	Nah jaranan.	
K1	:	Ada dangdutan, kan begitu to.	
K2	:	Sering.	
K1	:	Yang dulu.	
K2	:	Sini nggak ada?	
K1	:	Tapi sekarang Popoh kan yo itu kan yo kelihatan itu dulu, nggak ada sekarang.	
K2	:	Nggak ada.	
K1	:	Nggak kayak dulu gitu, he'e. Kalau masalah anu hiburan.	
K2	:	Budaya, kesenian, nggak ada.	
J	:	Kalau rumah apung itu apa Pak itu?	

K2	:	Untuk rumah apung itu memang dari dinas, langsung dari anu intinya dari pusat.	 A2.1
K2	:	Pemda, Pemda.	
K1	:	Pusat, ya pusat langsung. Itu, itu yang menerima ya kelompok. Yang menerima kelompok rumah apung kelompok. Kalau yang posisi yang di rumah apung itu ya banyak, intinya renang ada, kolam renangnya ada, tapi bawahnya ada jaringnya, ada pengamannya. Pelampung ada, snorkel itu ada.	 A1.5
K	:	Snorkling ya?	
K1	:	Snorkling. Apa buat renang, pokoke komplit. Yang kalau memang mau renang di luar, di luar jaring, itu ada. Terumbu karang ya ada. Di sana Mas. Di dekatnya gunung itu lo Mas.	 A1.6
K2	:	Di dekatnya gunung itu lo Mas.	
K1	:	Sebelahnya sini.	

J	:	Oh berarti bukan di tepi pantai pas Pak ya, atau---.	
K2	:	Nggak, masih nyeberang Mas.	
J	:	Masih nyeberang lagi?	
K1	:	Nggak, ya nyeberang sini ke sana, di tengah.	
K2	:	Kapal, naik perahu.	
J	:	Naik perahu. Tapi itu masih Karanggongso Pak?	
K1	:	Iya, masih Karanggongso.	
K2	:	Masih sini.	
K1	:	Masih Karanggongso.	
K2	:	Masih wilayahe sini.	
K1	:	Ya sebenarnya hal itu nanti kalau kebanyakan kalau banyak intinya ya sangat mengganggu nelayan. Intinya yang ditaruh di situ itu kan jalur nelayan, punya angkatan nelayan. Ya semoga aja nggak terlalu banyaklah.	
J	:	Pertamana memang buat cuma hiburan aja Pak ya, yang lain yang kayak rumah apung itu lo?	
K1	:	Itu memang untuk untuk pengunjung, ya termasuk untuk hiburan pengunjung. Yang mau renang di situ.	
K2	:	Reservasi itu lo mas.	

K1	:	Iya. Tapi itu intinya ya disewakan, disewakan. Sekali naik itu 10 ribu.	
J	:	Sekali naik rumah apung itu?	
K1	:	He'e, rumah apung 10 ribu, nanti di situ ada fasilitas-fasilitas lain kayak pingin renang, pingin tadi apa snorkel atau apa?	
J	:	Snorkling.	
K1	:	Snorkeling, nah itu, itu ada. Mau renang itu ya ada. Pokoknya situ siap. Tapi intinya sementara ini ya belum, belum terlalu banyak, tapi ya ada.	
K2	:	Terkenal itu memang sini itu kuliner sama alamnya Mas.	
K1	:	He'e, untuk sementara ini kita ya memang dari kita pihak pengasap ikan itu ya sangat membantu sekali.	
K2	:	Terkenal kuliner Mas.	
K1	:	He'e, pokoknya sini ini. Kalau hari Sabtu Minggu banyak. Kalau hari-hari biasa gini kadang ya ada 2 bus, kadang 3 bus, kadang ya kayak gini nggak ada busnya.	
J	:	Kalau sini yang membedakan sama wisata pantai lain apa sih pak?	

K2	:	Ya itu tadi. Yang membedakan ya wisata kulinernya mas, disini itu selain untuk wisata, juga bisa menyantap ikan langsung yang dibakar langsung oleh para pengusaha lokal.	 B2.1
K1	:	Lalu disini juga bisa untuk olahraga, disediakan lapangan volley. Bisa juga buat jogging	 B2.2
J	:	Kalau panggung 360 itu di mananya Pak?	
K1	:	Di Prigi.	
K	:	Oh Prigi, bukan di sini?	
K1	:	Bukan.	
K2	:	Bukan, Prigi Mas. Makanya yang terkenal kan saya anu kan tadi yang jadi maskot itu Prigi Mas. Tapi Prigi nggak ada apa-apa. Cuma larinya kalau sudah ke Prigi, lo kok di luar yang masuk Facebook-Facebook kan di sini to Mas, ya sama apa mangrove, ya to?	
J	:	Kalau yang terdekat dengan sini ada wisata apa pak?	

K1	:	Itu ya yang ada di paket wisata mas, ada pantai kecil yaitu pantai bangkakan, pantai lowo.	
J	:	Ya.	
K2	:	Ya masuk-masuk itu. Prigi sendiri nggak ada.	
K1	:	Prigi itu buat renang nggak bisa to Mas.	
K2	:	Nggak bisa.	
K1	:	Ombaknya kan besar.	
K2	:	Cuma maskote, maskot kan masuk Prigi.	
K1	:	Nek maskot kena Prigi.	
K2	:	Perigi to Mas	
K1	:	Tapi yang paling enak kan di sini.	
K2	:	He'e.	
K1	:	Gitu lo. Maskot kena Prigi (<i>tertawa</i>). Kene opo kene jarene Pak? Jaran?	
K2	:	Jaran (<i>tertawa</i>).	
K1	:	Mari diminum lo Mas.	

J	:	Nggih nggih.	
K2	:	Sampean disambi.	
K1	:	Monggo diminum, mau rokok ya ini, rokoknya ini.	
K2	:	Sampean dari mana Mas?	
J	:	Kula Surabaya Pak	
K1	:	ITS.	
K2	:	ITS?	
J	:	ITS, nggih.	
J	:	Kalau parkir di sini memang sembarangan Pak?	
K1	:	Iya.	
J	:	Pakai pengaturan?	
K1	:	Ya kalau hari-hari H, hari-hari anu ya diatur Mas. Kalau untuk hari-hari gini kan sepi. Monggo, kita bebas. Untuk kejadian-kejadian kayak curanmor apa itu di sini belum ada Mas terus terang. Alhamdulillah aman. Ya semoga saja selamanya ya kayak gini.	
K2	:	Sini itu curanmor hampir 0%.	
K1	:	0% lah.	
K2	:	Nggak ada.	
J	:	Petugasnya memang ada yang jaga atau bebas itu Pak?	

K1	:	Bebas. Intinya sini ini ya semoga aja kayak-kayak gitu, kayak yang terjadi kayak di Surabaya yang banyak curanmor, ini malam di sini taruh situ nggak anu Mas, nggak hilang.	
K2	:	Sepeda ditaruh di sini---	
K1	:	Sepeda taruh sini---	
K2	:	Semalaman nggak anu	
K1	:	Semalaman nggak---	
K2	:	Bukan di sini tok.	
K1	:	Di kampung-kampung.	
K2	:	Di kampung-kampung. Helm sampeyan taruh sini nggak akan---	
K1	:	Di kota, ya wis amblas. Tinggal ngopi ngene wis ora enek.	
K2	:	Aman sini.	
K1	:	Nah sini yang terjadi itu, memang tingkat keamanan untuk barang-barang intinya kalau sini itu ya intinya kalau memang barang yang jatuh kan lain lagi Mas. Kalau jatuh di jalan apa itu kan lain lagi. Itu hal yang memang apese awake sing gowolah memang. Kalau itu memang kalau memang ada orang itu yang sadar itu ada, kadang nggak tahu itu yang menemukan itu orang lain nggak kita nggak kita nuduh nggak yo, kadang yang menemukan itu pengunjung atau	

		gimana. Nek orang sini, saya nggak menuduh pengunjung nggak lo ya, intinya ya ya itu nggak nggak tahu hal-hal itu.	
K2	:	Kosong. Berkase polisi sini untuk kasus pencurian kosong.	
K1	:	Kosong.	
K2	:	Kosong, berkas.	
K1	:	Kalau yang di kampung kalau kambing itu ya sering ada.	
K2	:	Sering.	
K1	:	Masuk TV ada paling. Kambing ada.	
K2	:	Kalau hewan ada.	
K1	:	Itu ya orang sini aja, pencurinya orang sini ya seperti ayam itu ya.	
K2	:	Ayam, ya itu. Tapi kalau sepeda motor nggak ada.	
K1	:	Ya, itu.	
J	:	Kalau air bersih di sini itu memang gimana Pak?	
K1	:	PDAM.	
J	:	Semua?	
K1	:	Kita pakai PDAM, iya. Untuk saya ini bakar ikan ini ya PDAM, untuk bersih-bersih.	
J	:	Kalau misalnya ada orang baru, ada orang baru ya.	
K1	:	Apa? Gimana?	

J	:	Misalnya ada orang baru mau bikin kayak buat ruko buat airnya, itu dia hubungi PDAM langsung atau ada kayak semacam komunitas yang memfasilitasi air itu?	
K1	:	Ya intinya gini Mas, untuk orang yang pengguna sini ini kan ya terbatas. Memang kalau intinya pendatang baru itu kalau yang di sini ini kiranya kan udah tutup, yang mau ke sini, sudah maksimallah. Untuk iki kita itu bingung mau menempatkan di mana aja kan udah bingung. Kalau memang nanti anu intinya kalau memang kita yang dulu kita buka, kita koordinasi dengan PDAM.	
J	:	Kalau listrik?	
K1	:	Kalau listrik, listrik itu kalau listrik itu memang langsung dari PLN.	
J	:	PLN?	
K1	:	Iya, langsung iya PLN. Yang di dukur semua itu PLN, selain yang di jalan. Kalau yang di jalan kan memang opo kae? Sing ning dalam ki opo jenenge Mas?	
J	:	Solar cell.	
K1	:	Nah opo to sing go dalan-dalan lampu dalam lampu opo jenenge?	
K2	:	Merkuri?	
K1	:	Hudu, kui kan ora bayar to kui.	
K2	:	Oh iyo, lampu lampu jalan.	

J	:	Lampu penerangan jalan.	
K1	:	Jalan iku opo.	
K2	:	PNJ.	
K1	:	PNJ? Penerangan jalan. Kalau sini kalau malam itu kita aman Mas. Masyarakat intinya pengunjung mau mendirikan tenda, yang penting pagi itu dibongkar. Kalau malam dipasang lagi kalau memang mau menginap dua malam itu nanti kalau sore dipasang lagi. Yang penting kalau siang itu dibongkar.	
J	:	Bongkar lagi.	
K1	:	Boleh menginap di sini itu boleh pakai tenda itu ya banyak. Tapi yang penting itu siang dibongkar.	
K2	:	Nggak ganggu. Kalau siang kan ganggu pandangan Mas.	
K1	:	He'e, kalau malam kan udah ya kondisi sini kan sepi. Untuk pengamanan yang penting pengunjung itu di sini nggak intinya itu nggak bikin masalah ya aman aja. Intinya kan kadang apa ada yang mabuk-mabukan atau gimana itu ya kadang bikin onar ya itu lain lagi. Kalau memang di sini cuma suka-suka gitaran nyanyi-nyanyi ya aman, nggak ada masalah gitu.	

J	:	Kalau sampah Pak, sampah di sini tadi kan katanya buang itu gimana sampahnya?	
K1	:	Untuk sampah untuk sementara memang yang ambil itu orang provinsi langsung tiap hari ini aja paling ya udah cukup lebih, mobil kuning itu karyawannya sekarang ditambah sama Pak Emil suruh nambah. Sekarang ya banyak. Kalau 20 orang udah ada sekarang iya. Dulu cuma berapa orang gitu sekitar 5 orang kalau nggak salah.	
J	:	Untuk seluruh kawasan?	
K1	:	Seluruh kawasan Pasir Putih, kampung juga. Untuk kampung memang kena biaya itu 10 ribu satu bulannya, tapi untuk sini nggak ada.	
J	:	Kan dari sananya ya.	
K1	:	Iya, memang kan itu kan udah dibayar sama negara kan.	
J	:	Iya, pajak.	
K1	:	Nggih, pajaknya. Ngoten nek masalah sampah.	
J	:	Kalau di sini maksudnya warga mau buang sampah secara biasa itu gimana Pak? Maksudnya apakah ada tempat khusus buat---.	
K1	:	Ya untuk pengunjung sekarang ada, ya itu kayak itu tempat sampah-sampah semuanya udah komplitlah kalau sini. Memang dari pengunjung itu memang ya ada tanya itu sampahnya di mana?	

		Tempatnya di mana? Kan ada. Selain itu ya ada keranjang-keranjang sampah itu ada.	
J	:	Oh gitu.	
K1	:	Untuk pengunjung. Ya dari segi pengunjung itu memang ya ada yang sadar, ada yang nggak. Ya sering dari forum dari apa informasi itu disiarkan kalau buang sampah di tempatnya itu sering ada, ya gitu. Tapi kayak di Selecta itu kalau sampai tahu yang jaga langsung suruh ambil, infonya kan gitu.	
J	:	Disiplin.	
K1	:	Disiplin.	
J	:	Kalau transportasi Pak, di sini jalannya sudah bagus atau ada yang kayak rusak-rusak gitu?	
K1	:	Ya kalau memang sini tambal sulam Mas sementara ini. Memang yang terjadi kalau yang di luar itu ya alhamdulillah untuk bangunan itu sekarang itu kawasan sini termasuk nasional. Yang terjadi kayak yang di Durenan Mas tadi, Durenan Tulungagung itu dulunya kan bukan nasional Mas. Karena kebijakan dari Pak Emil biar nggak-, mergane yang menggunakan situ kan bukan cuma orang Tulungagung, orang Trenggalek kan menggunakan. Intinya untuk pariwisata Trenggalek kan ya lewatnya kan situ. Nanti memang	

		kebijakan Pak Emil kalau saya mau saya bangun sama Tulungagung nggak boleh, kan gitu to. Ya jalan udah rusak. Langsung memang Pak Emil akan menghadap ke Jakarta sana, langsung aja di nasional.	
J	:	Secara nasional?	
K1	:	Ya.	
J	:	Oh yang banyak sasaran.	
K1	:	He'e, sekarang langsung. Pokoknya jelek dikit gitu aja sekarang langsung ditambal, untuk kawasan yang terjadi itu Durenan, Bandung. Bandung pokoknya kawasan sini. Yang yang saya dengar cuma kawasan yang nasional itu kan itu punyanya orang dua to Mas, Trenggalek punya, Tulungagung ya punya. Dulu yang Trenggalek itu dari pemerintah ya sekitar 2 kilo nggak salah, itu kan dibangun. Yang Tulungagung nggak.	
K	:	Hancur dia?	
K1	:	Nggak boleh.	
K2	:	Hancur.	
K1	:	Ya kan mau dari pihak Trenggalek itu mau dibangun, nggak boleh. Itu permasalahannya. Ya itu sekarang kalau nasional udah selesai.	
J	:	Ada pengelolaan.	

K1	:	Kalau yang daerah sini Mas ya memang intinya ya nggak tahu. Ya pinginnya Pak Emil itu memang kalau jalan-jalan itu ya semua bagus. Semua itu kan bagus, tapi ya kalau kayak gitu opo memang dananya itu belum turun, opo memang dari provinsi belum cair, kan gitu. Kan banyak yang ubah-ubah, Mas Andi lewat di sana kan masih banyak to. Ya kayak gitu Mas.	
K2	:	Sini itu jalannya anu tapi angkutan berat Mas sini.	
J	:	Banyak angkutan berat?	
K1	:	Iya Mas.	
K2	:	Kalau keluar ikan itu berapa ton.	
K1	:	Berapa ton.	
K	:	Dari PPE?	
K2	:	He'e, berat angkutannya.	
K1	:	Iya.	
K2	:	Biar pun jalannya naik turun ya Mas. Tronton-tronton kalau keluar ikan itu.	
J	:	Disini ada nggak pak hubungan dengan media seperti itu?	
K1	:	Kalu setahu saya wartawan dan media meliput pada saat event itu lo mas.	

J	:	Kalau website ada nggak pak dan dikelola oleh siapa?	
K1	:	Ada, kalau itu ya yang ngelola dinas pariwisata.	
J	:	Kalau jalan utama apakah macadam atau sudah aspal semua?	
K1	:	Ya kalau sini sudah aspal semua Mas.	
K2	:	Sudah aspal.	
K1	:	Makadamnya nggak ada.	
J	:	Kalau yang kampung-kampung baru ada kayak---	
K1	:	Iya, kalau kampung-kampung itu ya ada, tapi yang kalau sini ke sana itu semua sudah aspal semua Mas, komplit. Tapi kalau yang kampung ya paling ya trotoar.	
K2	:	Masuk-masuk gang.	
K1	:	Masuk-masuk gang itu lo Mas.	
K3	:	Itu jalan cor, Mas.	
K2	:	Kadang-kadang kebijaksanaannya kantor desa.	
K1	:	Kantor desa, dari pihak kepala desa ininya yang kalau yang di gang-gang kan gitu. memang sekarang itu yang kita perlukan memang kalau sini memang masih rame Mas ya nggak tahu kayak Bali, ya wis Bali. Sini itu memang ya ada sebagian turis itu ke sini ada. Tapi intinya sini itu kan ya boso Inggris ke ono sing hurung nggak iso	

		kok. Kadang nek wong turis ki moso bahasane sing rodo anu malah boso jowo sing digawe.	
J	:	(tertawa).	
K1	:	Ngoten niku.	
J	:	Logat-logate boso jowo.	
K1	:	: He'e. Boso jowo malah.	
K2	:	Mriki kan enten Mas tiyang sing sopo Mas ning Karanggongso kae. Wong Swiss yo?	
K3	:	Australi.	
K2	:	Australi. Penduduk sini.	
K1	:	Penduduk sini.	
J	:	Memang domisili sini, kerja di sini?	
K2	:	He'e.	
K1	:	Ya bikin rumah di sini Mas.	
K2	:	Dosen Mas.	
K1	:	Dosen itu.	
K2	:	Dosen Surabaya.	
K1	:	Dosen Surabaya.	
K2	:	Tetra, Tetra Mas. Tetra, Tetra.	

J	:	Jadi pulangnye tiap minggu gitu Pak.	
K1	:	Iya, Glenn namanya.	
J	:	Oh Glenn.	
K1	:	Pak Glenn.	
K3	:	Australi kalau nggak salah ya.	
K2	:	Australi.	
J	:	Lumayan rek Surabaya (tertawa). Kalau biasanya orang-orang yang ke sini pakai kendaraan umum atau kendaraan---.	
K1	:	Pribadi kebanyakan Mas sama bus, itu pokoknya pribadi. Kalau kendaraan umum itu jarang. Paling wong yang dekat-dekat aja pakai kadang ya pingin ke Pasir Putih itu naik kendaraan umum itu ya ada.	
J	:	Ojek itu ada Pak di sini?	
K1	:	Untuk ojek, untuk pengojek ini sebelum, sebelumnya nggak ada Mas, belum ada, pengojek sepeda motor itu. Kalau memang ada yang minta---.	
K2	:	Ndadak Mas.	
K1	:	Ndadak gitu lo, itu ya ada aja, gitu kan maulah.	
K2	:	Tapi nggak ada---.	
K1	:	Tapi ya ngojek kan bayar, kan ya wong ngono.	

J	:	Nggak ada link-link sama travel gitu Pak?	
K1	:	Kalau travel belum ada sini Mas. Intinya kalau yang di sini ya, khusus sini lo.	
K2	:	Biasa Mas anu persewaan mobil biasa.	
K1	:	Iya, persewaan-persewaan itu lo Mas.	
K2	:	Bukan travel.	
J	:	Kalau penunjuk jalan sudah lengkap atau---.	
K1	:	Untuk sementara memang saya dari pihak semua pada sudah sedia mau mengajukan. Penunjuk jalan ini ya sudah ada tapi kurang komplit. Per anu ini dari teman-teman itu rencana dari kelompok kita pembakar ikan itu memang mau bikin bannerlah, intinya penunjuk jalan. Ya tulisan opo ngono kui lo. Kom opo?	
K2	:	Welcome to Pasir Putih.	
K1	:	To Pasir Putih, gitu kan ya.	
J	:	Kan masih mending kan ya.	
K1	:	Iya. Mau saya taruh di atas sini.	
K2	:	Dulu ada dari M3 Mas.	
K1	:	M3	

K2	:	M3 masuk penunjuk kilometer. Tapi yang diukur kadang-kadang pengunjung kecewa. Dia dia itu tembak anu GPS ya, pakai udara Mas. Jadi---	
K1	:	Sini sini itu 1 kilo Prigi, nggak dihitung GPS darat. Pengunjung kan, haduh 1 kilo, gitu lo Mas.	
K1	:	Ya memang, ya sudah ada Mas, tapi kurang komplit gitu aja. Ya saya minta, ini saya minta dari pihak anu pariwisata tolong kalau mampu sampai pos itu saya suruh ngasih.	
K1	:	Kalau yang di dalam sini udah, alhamdulillah sudah aman penerangan lampunya. Tapi yang di jalan situ, jalan-jalan---	
K3	:	Pengunjung kadang-kadang malam kan ada yang datang Mas.	
K1	:	Ya untuk sementara kita itu menggerakkan Jumat bersih Mas.	
J	:	Jumat bersih?	
K1	:	Jumat bersih.	
K1	:	Yang pertama itu menggerakkan ya khususnya untuk kita dari pihak ini menggerakkan itu, saya gerakkan ya bersih-bersih di sana itu. Sekarang ya alhamdulillah konco-konco niku ben jumat, sampai sana tadi sampai pos kan ya udah---	
K2	:	Jalannya lebar kan Mas.	
K1	:	Lebar, ya itu.	

K2	:	Itu Jumat bersih.	
J	:	Jumat bersih.	
K1	:	Jumat bersih.	
J	:	Hasilnya Jumat bersih.	
K1	:	Hasil, hasil memang jerih payah kita semua ini memang jerih payah kita harus menjaga ibarate pengunjung itu aman, pengunjung itu ibarate senang, wis ibarate ngetokne duit semene nggak kecewa, monggo, poko ke itu.	
K2	:	Itu lo Mas yang dari ini keluar sini kan ada gunung, bukit-bukit ya. Ini ni---	
K2	:	Itu kan mau ditulis Welcome to Pasir Putih. Dari sana kan langsung kelihatan.	
K1	:	Kelihatan gitu kan.	
K2	:	Mau ditaruh di situ. Belum ada to Mas.	
K1	:	Sekarang sekali masuk itu kan laut langsung kelihatan.	
K2	:	Selecta, Selecta kan sudah ada, kalau saya baca di Songgoriti ada, sini kok nggak ada.	
K1	:	Ya kita itu ya punya inisiatif gitu itu, konco-konco itu ngoten niku. Ya wis okelah.	

K2	:	Biayanya biaya patungan Mas, nggak subsidi.	
K1	:	Patungan.	
J	:	Pemerintah?	
K2	:	Pemerintah wis nggak.	
K1	:	Nggak apa-apa. Yang penting ibarate kita itu ya pengguna. Ramai kan awake dewe rezekine tambah. Kan ngoten nggih.	
J	:	Nggih.	
K2	:	Sama sini itu yang kurang itu nggak tahu apa belum terpikirkan atau sudah itu pihak pariwisata sini yang belum anu Mas lensa Mas, yang sini kan belum ada.	
J	:	Lensa apa Pak?	
K2	:	Kalau di Sendang Biru, di Tretes Putih, itu kan ada lensa tiap tikungan.	
J	:	Oh yang kaca yang kelihatan---	
K2	:	He'e, cembung. Jadi mau nyalip sini kan kelihatan dari sini.	
K3	:	Mau belok itu kan.	
K2	:	Kan ada mobil. Sini belum ada.	
K3	:	Kan kelihatan	
J	:	Ketahuan ya.	

K3	:	Nah kalau sini belum ada.	
K2	:	Saya lihat di Selecta, di Songgoriti tiap tikungan dipasang. Jadi kan anu sini kan belum masuk.	
K1	:	Kui yo larang ngono yo?	
K2	:	Ha?	
K1	:	Larang kiro-kiro?	
K2	:	Seko pemerintah Pak Juki Pak.	
K1	:	Opo jenenge Pak? Kaca ya?	
K2	:	Lensa cembung.	
K1	:	Kaca cembung?	
K2	:	He'e	
K1	:	Tiap tikungan-tikungan?	
K2	:	Tiap tikungan, tiap tikungan.	
J	:	Kalau kayak gitu kan aman. Kita belok-belok kan tahu.	
K1	:	Iya wis iki kan masukan bagi kita to Mas sebagai wakil ketua kan. Nanti ada laporan konco-koncane. Ya ini, enaknye kita kelompok ya itu. Usulan-usulan yang masuk akan kita saring, kita terima. Itu termasuk masuk akal juga, penting.	

K2	:	Memang saya lihat di Selecta di anu kan kok semua dikasih lensa-lensa tiap tikungan. Iki kok nggak ada, padahal---	
K1	:	Ini bagus, ini kan masukan bagus to ini.	
K2	:	Jalane kan---	
K1	:	Ini baru ketemu ya ini tadi. Dulu-dulu nggak ada kata-kata gini sama kita, kan ngoten maksud kula. La niki ngomongne lensa berarti koco opo, aku kan yo ngono, yo bingung.	
J	:	Kan setiap tikungan tajam itu kan dikasih.	
K1	:	Iso ketok, iso ketok Pak?	
K2	:	Piye?	
K1	:	Iso ketok Pak yo?	
K2	:	Ketok, nggenah. La bus, aku kan nang ngarep dewe Pak Juki sing winginane Selecta. Sopire delok lensa ngene ya ngerem, wong enek.	
K1	:	Ya, masuk akal, oke ya. Usulan yang bagus.	
J	:	Selecta niku wisata alam Pak?	
K1	:	Wisata alam. Itu yang di Batu lo Mas. Belum ke sana to?	
J	:	Belum.	


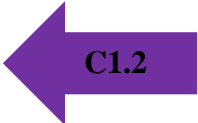
K1	:	Oh belum. Nggko nek duwe cewek, ceweke jaki rono, cewek dijak rono, dijak rekreasi rono. Wah itu bagus, tak akoni buat cewek-cewek bagus.	
K2	:	Penataannya itu apik.	
K1	:	Ya memang itu untuk hiburan-hiburan yang kayak gitu sebenarnya. Kalau bagi orang-orang tua gini enakya ya kayak air panas apa itu yang enak gitu. Kalau untuk pemuda-pemudi ya enak di sana foto-foto bagus, bunga-bunga ya banyak.	
J	:	Kalau itu Pak organisasi atau lembaga di sini itu yang asli buatan masyarakat itu apa aja?	
K1	:	Ya sementara ini kita yang di sini Mas ya pokdarwis amit ya, bukannya kita udah nonjol kelompoknya itu ya kok darwis kita itu termasuk wis diakonilah. Mas aja dari pihak pariwisata kan nunjuknya ke kita to. Semoga aja wis diakoni. Langsung kelompok kita ini.	
J	:	Pedagang asap ini?	
K1	:	Iya, pedagang asap, itu udah kelompok. Itu udah diakoni, ya sering dapat bantuan dari pihak pemerintah, sering.	
K1	:	Kelompok kita itu aktif dalam bentuk apa ya organisasinya perkumpulannya itu aktif tiap bulan ini kita bertemu, kan gitu to.	

		Kalau memang kelompok abal-abal ya cuma caranya itu kalau memang nanti ada bantuan itu bikin proposal itu kan habis itu ya udah kan gitu to. Kalau ini nggak, ini terus, terus lanjut. Intinya aktif itu tiap bulan kita ibaratnya iuran, iuran kelompok, iuran tabungan.	
J	:	Jadi kayak arisan gitu Pak?	
K1	:	ya, arisan tiap minggu kita.	
K2	:	Arisan ada Mas.	
K1	:	Setiap hari kita putusannya sekitar 14 juta piro Pak? 700?	
K3	:	14,5	
K1	:	14,5 setiap minggu	
J	:	Setiap minggu.	
K2	:	100.	
K1	:	100 ribu satu orang. Itu ya ada yang ikut 5 ada.	
K2	:	Arisan itu sini terbagi dua kelompok Mas. Yang satu sini asli sini, yang satu ini deretan sini sama jadi gabung Mas.	
J	:	Bedanya apa?	
K3	:	Gabungan	
K2	:	Gabung.	

K3	:	Yang ngadakan itu ikan bakar, kelompok pengasapan, cuma yang ikut itu---.	
K1	:	Pengikut itu ya dari kelompok lain ya ada.	
J	:	Selain dua tadi itu Pak apalagi yang---.	
K1	:	Untuk sementara yang kita kalau masalah kelompok kalau anu ya yang tertera yang masuk itu intinya yang udah masuk ke sana ya itu. Lainnya itu kiranya kok yo kalau di kawasan sini kayak kelompok kapal itu ya belum berjalan. Ya diadakan tapi belum, belum intinya itu kelompoknya itu belum berjalanlah. Belum ngumpul. Intinya itu belum, masih ada selalu ada perselisihan gitu lo.	
K2	:	Kurang kompak.	
K1	:	Kurang kompak, gitu aja.	
J	:	Nggih. Kalau yang punya dari pemerintahan Pak, di sini apa aja yang sudah terlibat?	
K1	:	Ya cuma pembinaan untuk pengarahan ngoten. Dari pihak pemerintah cuma mengarahkan, harusnya itu gini, tolong. Ini cuma itu. Tapi kalau memang untuk bantuan-bantuan itu ya ada Mas sini ini, kayak tempat sampah dari pemerintah.	
J	:	Pembinaan.	
K1	:	He'e. Selalu dibina.	

J	:	Itu tiap bulan apa tiap---.	
K1	:	Kadang itu nggak-, satu bulan itu ke sini itu nggak cuma satu kali dua kali Mas, sampai 4 kali. Ya ngumpul ngumpul gitu biasa. Kalau yang dulu untuk yang dulu sebelumnya Pak Joko ini, kita aja nggak berani Mas ke sana, ke Trenggalek, terus terang.	
K1	:	Nggak sinkron, nggak anu, saling intinya itu koyo piye yo?	
K3	:	Kita mengusulkan apa pun---.	
K1	:	Apapun itu nggak ada, dari pihak sana itu nggak ada kebijakan Mas.	
K3	:	Jadi kita sendiri ada inisiatif mau apapun kalau pimpinan sudah kayak gitu kan kita sudah semakin menjauh.	
J	:	Mundur.	
K1	:	Ya itu.	
K3	:	Tapi kan yang pimpinan sekarang kita ada usulan yang sifatnya membangun---.	
K1	:	Dia itu langsung respon.	
K3	:	Langsung membangun. Jadi seperti kita kelompok darwis itu semakin bekerjanya semakin semangat.	
K1	:	Semangat	
J	:	Didengar.	

K3	:	Nah iya.	
J	:	Kalau di sini kebijakan secara umum apa Pak, ada nggak? Kebijakan yang mungkin dari masyarakat sendiri ada kayak semacam perjanjian tertentu atau dari pemerintah membuat suatu kebijakan itu ada nggak?	
K1	:	Kalau tidak salah tolong dicek lagi ke pihak dinasnya pemerintah itu bupatinya mengedepankan pembangunan pariwisata.	
J	:	Kalau program-program yang sudah diterima oleh misalnya masyarakat di sini dari pemerintah kira-kira apa aja Pak yang---	
K1	:	Di Prigi itu sedang dilakukan penataan dan pembangunan.	
J	:	Masyarakat disini bisa jadi tour guide buat wisatawan tidak pak?	
K1	:	Bisa mas, tapi gak semua. Itu juga belajar sendiri.	
J	:	Jarak dengan pantai lain disini terdekat berapa kilo?	
K1	:	Dekat mas tiga sampai empat kilo sekitar lima belas menit.	
J	:	Kalau jarak dari sini ke pusat kegiatan itu seberapa jauhnya?	
K1	:	Maksudnya pusat kegiatan itu ibu kota kecamatan ya? Kalo iya itu sekitar satu sampai dua kilo dengan lama tempuh lima sampai lima belas menit.	
J	:	Kalau ini pak untuk target konsumen itu gimana? Ada target khusus nggak? Misalnya berdasarkan rentang usia.	

K1	:	Kalau target gak ada mas, tapi teknisnya sebaiknya ditanyakan ke Dinas Pariwisata.	
J	:	Kalau ini pak citra, waduh gimana ya... ini pak, ciri Kawasan Prigi itu seperti apa? Imagenya dimasyarakat.	
K1	:	Apa ya mas. Kawasan wisata ini dikenalnya sebagai pantai pasir putih.	
J	:	Pantai pasir putih di Jawa Timur banyak lho pak	
K1	:	Iya mas memang banyak pantai pasir putih di Jatim. Setahu saya di Jember juga ada pasir putih, tapi yang terkenal ya pantai ini mas. Sama jember mas	
J	:	Habis pertanyaannya.	
K1	:	Ya oke siap, pokoknya mana yang perlu, nanti untuk Mas atau masukan-masukan biar skripsi pokoknya nanti kalau Mas memang mau ya semua itu dijabarkan. Untuk permasalahan Mas itu-, kan sering to Mas saya ini yang ditanya dari perikanan sering karena ya	

		menyangkut ini. Yang mau bikin skripsi, apalagi kelautan, ya sering. Piye to carane mancing opo piye-piye gitu to.	
--	--	--	--

“Halaman ini sengaja dikosongkan”

BIODATA PENULIS

Penulis lahir di Blitar pada 25 Oktober dan merupakan anak pertama lahir dari dua bersaudara. Penulis telah menempuh pendidikan formal di SDN Sentul 1 Blitar, SMPN 3 Blitar, dan SMAN 3 Blitar. Pada pendidikan selanjutnya penulis diterima dan telah terdaftar sebagai mahasiswa di Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota FTSP-ITS pada tahun 2013. Selama perkuliahan penulis aktif dalam organisasi yaitu sebagai staff Departemen Minat dan Bakat HMPL 15/16. Penulis juga berkesempatan melaksanakan kerja praktek di Yogyakarta pada Housing Resource Centre.

“Halaman ini sengaja dikosongkan”